



GAFAM NATION

La toile d'influence
des géants du web en France





Table des matières

3 Introduction

5 Géants du numérique, GAFAM, « Big Tech ...
De qui parle-t-on ?

8

└─ **Partie I** **Lobbying** : la montée en puissance

12 Les dossiers noirs des GAFAM

14

└─ **Partie II** **Accès privilégié** : Des relations étroites
et souvent opaques au cœur du pouvoir

19

└─ **Partie III** **« Soft power »** : Comment les GAFAM
infusent la société et pèsent sur
le débat public

24

└─ **Partie III** **« Lobbyisme passif »** :
L'État en servitude volontaire

27 Conclusion

28 Notes



Introduction

Quelle est la véritable influence des géants américains de la technologie en France ?
Par quels moyens s'exerce-t-elle ?
Avec quels objectifs ?
Et comment cette stratégie d'influence s'articule-t-elle avec leur modèle économique et la vision sociétale qu'ils incarnent ?

Cette publication, première en son genre, dresse un panorama complet de la toile d'influence tissée par Amazon, Google, Facebook, Apple, Microsoft et consorts en France. Elle va du lobbying au sens restreint du terme (ou du moins ce qui en est connu grâce aux dispositifs de transparence existant) jusqu'au « soft power » déployé à travers le financement des médias, d'institutions de recherche et autres, en passant par les relations étroites cultivées par ces multinationales avec les dirigeants politiques et l'administration publique.

En juillet 2022, le scandale des « Uber Files » a mis en lumière le cynisme des moyens d'influence déployés par Uber pour s'imposer sur le marché européen, ainsi que les complicités que l'entreprise a su s'assurer au sommet de l'État français et de la Commission européenne. En réalité, ce sont exactement les mêmes moyens d'influence qui sont mis en œuvre par Amazon, Google et les autres en France et ailleurs. Même si ces groupes préfèrent généralement afficher une posture positive et conciliante qui contraste avec l'agressivité d'Uber, le constat de fond reste largement le même.

Principales conclusions



Les filiales françaises des GAFAM ont déclaré au total en 2021 la somme de **4 075 000 euros** de dépenses de lobbying en France, contre 1 350 000 euros en 2017, soit une multiplication par 3.

Les GAFAM bénéficient en outre pour leur lobbying de l'appui de nombreux **cabinets** (8 à Paris et 10 à Bruxelles pour Google), ainsi que de **plusieurs associations d'entreprises** du numérique avec des dépenses de lobbying cumulées de 1,44 million d'euros en 2021.

Les GAFAM ont recruté de **nombreux anciens hauts fonctionnaires ou anciens responsables d'autorité de régulation** en France pour assurer leur lobbying auprès de leurs anciens collègues.

En dépit des révélations des « Uber Files » et d'autres enquêtes journalistiques, il n'y a toujours presque **aucune transparence** sur les rencontres et contacts entre les GAFAM et les décideurs publics.

Les GAFAM ont multiplié les **partenariats financiers avec des think tanks, des grands médias ou des institutions de recherche** en France, ce qui leur assure une influence considérable sur la fabrique de l'opinion et le débat public.

Par manque de moyens et d'expertise, les administrations et les services publics ont eux aussi multiplié les contrats et les collaborations avec les GAFAM, qui s'affirment ainsi comme des **partenaires incontournables des États**.

En un sens, les « GAFAM » apparaissent comme des multinationales comme n'importe quelles autres, utilisant les mêmes stratégies d'influence. Mais ils se distinguent aussi de plusieurs manières. D'abord par l'ampleur des moyens financiers et des ressources à leur disposition. Ensuite par leur capacité à jouer de leviers d'influence que d'autres multinationales n'ont pas à leur disposition, à travers notamment leurs liens avec tous les médias ou encore leur base d'utilisateurs d'une envergure totalement inédite. Enfin par la spécificité de leur modèle économique qui requiert des approches et des formes de régulation nouvelles, constituant autant de nouveaux champs de bataille de lobbying.

Ce panorama des moyens d'influence des GAFAM en France offre aussi, après les « Uber Files », une nouvelle illustration des carences des dispositifs d'encadrement du lobbying en France.

II
Les GAFAM sont des multinationales comme les autres, mais ils se distinguent par leurs ressources considérables et par les leviers d'influence inédits dont ils disposent.

Renforcement des obligations déclaratives, publication des rendez-vous entre décideurs et représentants d'intérêts, transparence des relations financières avec les médias et les

institutions de recherche... Certaines mesures de base, réclamées depuis longtemps par la société civile, permettraient sinon de réduire l'emprise des géants du web, au moins de mieux la comprendre et de contribuer à un débat politique plus équilibré et plus sain.

Derrière la « start-up nation », la « GAFAM nation »

Depuis des années, les géants étatsuniens du numérique sont sous le feu des critiques : pour leurs pratiques d'optimisation fiscale qui lèsent les contribuables et les États, pour leurs atteintes à la vie privée, pour leur rôle dans la diffusion de discours de haine, pour leurs comportements anticoncurrentiels et leur pouvoir de nuisance

vis-à-vis des autres acteurs économiques, pour leur impact écologique, pour le modèle de société entièrement privatisée qu'ils incarnent, pour les risques qu'ils créent pour notre « souveraineté » économique et politique.

Survivant à toutes les controverses, leur influence est pourtant restée largement intacte, et ils ont continué à tisser leur toile et à s'enraciner de manière encore plus profonde dans l'économie et la société française. Ils se sont posés en partenaires des gouvernements pour résoudre les problèmes qu'ils avaient eux-mêmes causés. Les GAFAM savent créer et entretenir l'impression qu'ils sont incontournables et que leur essor est inévitable.

Des résistances et des alternatives peuvent émerger, y compris souvent du sein même de l'administration publique, mais elles se heurtent aux orientations politiques affirmées et assumées au sommet de l'État. Emmanuel Macron et le gouvernement français continuent de faire des récits et des critères de succès construits par la Silicon Valley l'alpha et l'oméga de leurs politiques économiques. De la « start-up nation » de 2017 aux « 100 licornes françaises » de 2022, on nous somme d'entrer en compétition sur un terrain construit par les GAFAM, selon des règles conçues par eux. Les géants étatsuniens promeuvent une version de la « transition numérique » qui justifie les politiques de privatisation, de réduction des dépenses dans les services publics, de « disruption » du modèle social établi. Dans le même temps, les États – et en particulier l'État français – semblent de plus en plus hypnotisés par les possibilités de contrôle et de surveillance ouvertes par les outils et les infrastructures des GAFAM, au risque d'en oublier le respect des libertés civiles. Depuis quelques mois, les pouvoirs publics français se gargarisent de « souveraineté numérique », mais cette revendication fait fond sur une vision du monde et des intérêts partagés – ce qui explique sans doute que cette « souveraineté » se traduise concrètement, en matière de « cloud » par exemple, par de nouveaux partenariats avec les GAFAM.

Aujourd'hui, à l'échelle mondiale, les géants du numérique semblent avoir perdu une partie de leur superbe. Leur cours a chuté en bourse dans un contexte de hausse des taux d'intérêts, et certaines de leurs innovations phare, comme le métavers de Facebook, ont visiblement échoué à remplir leurs promesses. Certains ont dû procéder à des licenciements massifs. C'est une nouvelle phase de leur histoire qui s'ouvre, où sans doute ils

se « normaliseront » encore davantage (au sens de se comporter comme les autres multinationales). Les enjeux économiques et démocratiques auxquels nous confrontent les géants du web n'ont pas changé. Il est donc d'autant plus temps de comprendre les ressorts de leur pouvoir.

CABINETS DE
LOBBYING
ET CONSULTANTS

THINK
THANKS

ASSOCIATIONS
PATRONALES

ADMINISTRATION

REONSABLES
POLITIQUES

MEDIAS

INSTITUTIONS
ACADEMIQUES

PHILANTHROPIE





Géants du numérique, GAFAM, « Big Tech »... De quoi parle-t-on ?

L'expression « GAFAM » est composée avec les initiales des cinq grands géants du web américains : Google, Amazon, Facebook, Apple et Microsoft. Pour être précis, Google est désormais une filiale du groupe Alphabet, et Facebook désormais un réseau social parmi d'autres appartenant au groupe rebaptisé Meta. En anglais, on utilise fréquemment l'expression plus générique de « Big Tech », qui permet d'englober l'ensemble du secteur numérique tout en mettant l'accent sur les acteurs les plus puissants.

Dans cette publication, nous continuerons à parler de « GAFAM » parce qu'elle est bien établie en France et qu'il nous paraît légitime de focaliser



Les GAFAM sont similaires dans leur stratégie totalisante, visant à asseoir leur domination sur de larges pans des écosystèmes et des usages du numérique.

l'attention sur ces cinq groupes en particulier – même si nous parlons aussi ponctuellement d'autres entreprises.

D'abord, leur poids économique est incomparable avec celui d'autres plateformes ou entreprises du secteur. Les géants chinois sont une exception partielle, mais ils restent très peu présents en France à l'exception d'Alibaba et de l'équipementier Huawei, que nous aurons l'occasion d'évoquer. Ensuite, et de ce fait, ces cinq entreprises sont aussi les plus actives en termes d'influence. Enfin, même s'ils partent de produits différents (moteur de recherche, commerce en ligne, réseaux sociaux, équipements numériques...), les « GAFAM » sont similaires dans leur stratégie « totalisante », construite à coup

d'acquisitions et de lancement de nouveaux services liés entre eux, visant à asseoir leur domination sur de larges pans des écosystèmes et des usages du numérique.

On distinguera ainsi les GAFAM des entreprises de plateforme comme Uber, Airbnb ou Netflix. Même si ces entreprises et leurs dirigeants partagent avec les premiers certaines pratiques (notamment fiscales) et une même vision du monde, elles opèrent dans des segments économiques plus restreints, en utilisant en partie les infrastructures et les écosystèmes créés par les GAFAM. De même pour Twitter, qui pèse moins d'un point de vue économique et du point de vue du nombre de ses utilisateurs, et qui n'a pas (encore ?) réussi à se développer au-delà de sa plateforme originelle de réseau social dans la même mesure que Facebook par exemple.

L'activité des GAFAM et des plateformes s'inscrit enfin dans le champ plus large du secteur numérique où opèrent une multitude d'autres entreprises : des fabricants d'équipements comme Huawei et Samsung (et Apple, différent en ce point des autres GAFAM), des éditeurs de logiciels (comme en France Dassault Systèmes), des entreprises d'ingénierie, de conseil ou de services numériques (Capgemini, Atos...), sans parler des opérateurs de télécommunications (Orange), des producteurs de contenus, des fabricants de composants électroniques, etc. Les GAFAM ont avec ces autres entreprises du numérique des relations faites d'intérêts partagés mais aussi de conflits.

Les géants du web



	FILIALE FRANÇAISE	PRINCIPALES ACTIVITÉS	MARQUES ET SERVICES	ACTIONNAIRES	PATRON	CAPITALISATION BOURSIÈRE	PROFITS 2021
	Amazon France Services	Commerce en ligne, cloud	Amazon Web Services, Prime Video, Twitch, Amazon Kindle, IMDb	Jeff Bezos (9,7%) The Vanguard Group (6,4%) State Street Global Advisors (3,2%) T. Rowe Price Associates (3,1%) McKenzie Bezos (2,9%) Fidelity Management (2,3%) BlackRock Fund Advisors (1,8%)	Andrew Jassy	951 Mds \$	33,4 Mds \$
	Apple France	Électronique grand public, logiciels, cloud	Apple Store, Beats Electronics, Shazam, Siri	The Vanguard Group (7,83%) BlackRock (6,6%) Berkshire Hathaway (5,9%)	Tim Cook	2 419 Mds \$	94,7 Mds \$
	Facebook France	Réseau social, messageries	WhatsApp, Instagram	Mark Zuckerberg (52,9%) Eduardo Saverin (6,9%)	Mark Zuckerberg	297 Mds \$	39,4 Mds \$
	Google France	Moteur de recherche, logiciels, système d'exploitation, messageries	Chrome, Drive, Gmail, Search, Waze, Youtube, Android	The Vanguard Group (7,5%) Capital Research & Management (5%) State Street Global Advisors (3,6%) Fidelity (3,1%) BlackRock (2,2%)	Sundar Pichai	1276 Mds \$	76 Mds \$
	Microsoft France	Système d'exploitation, logiciels, électronique grand public, jeux vidéos, cloud	Skype, Azure, Xbox Game Studios, Microsoft Mobile	The Vanguard Group (7,7%) Capital Research & Management (7,4%) State Street Global Advisors (3,4%)	Satya Nadella	2 150 Mds \$	46,2 Mds \$



Partie I

Lobbying : la montée en puissance

En quelques années, les géants étatsuniens du web sont devenus des champions du lobbying à Paris comme à Bruxelles. Les registres de transparence offrent un aperçu de leur force de frappe.

Reportons-nous 10 à 15 ans en arrière. Google, Facebook ou Amazon pouvaient apparaître alors comme des nouveaux venus, des acteurs émergents et foncièrement « bons » (rappelons-nous la maxime « Don't do evil » de Google) qui ouvraient de nouveaux champs du possible en inventant de nouveaux services et de nouveaux usages. Tout ceci, ils prétendaient l'accomplir par la seule force de l'innovation et la magie de la technologie. On sait aujourd'hui ou on devrait savoir ce que leur essor rapide doit au soutien financier de Wall Street et à une stratégie de conquête rapide de marchés et de fait accompli qu'ont bien illustrée les « Uber Files ». En dehors des États-Unis, les GAFAM ont avancé sans trop avoir affaire aux gouvernements et aux régulateurs, dont ils n'avaient pas besoin et dans lesquels ils voyaient plutôt une source d'obstacles potentiels. Cette stratégie « disruptive » est précisément ce qui les différenciait des multinationales traditionnelles. Ce n'est que lorsque les politiques se sont réveillés et que leur essor a suscité des résistances et des contestations qu'ils ont commencé à se préoccuper de lobbying. Entre temps, ils étaient devenus des mastodontes économiques, et ont pu y consacrer des ressources énormes. L'évolution de leurs dépenses déclarées de lobbying auprès de l'Union européenne (voir encadré) illustre bien ce changement aussi rapide que radical.

Une présence massive à Bruxelles



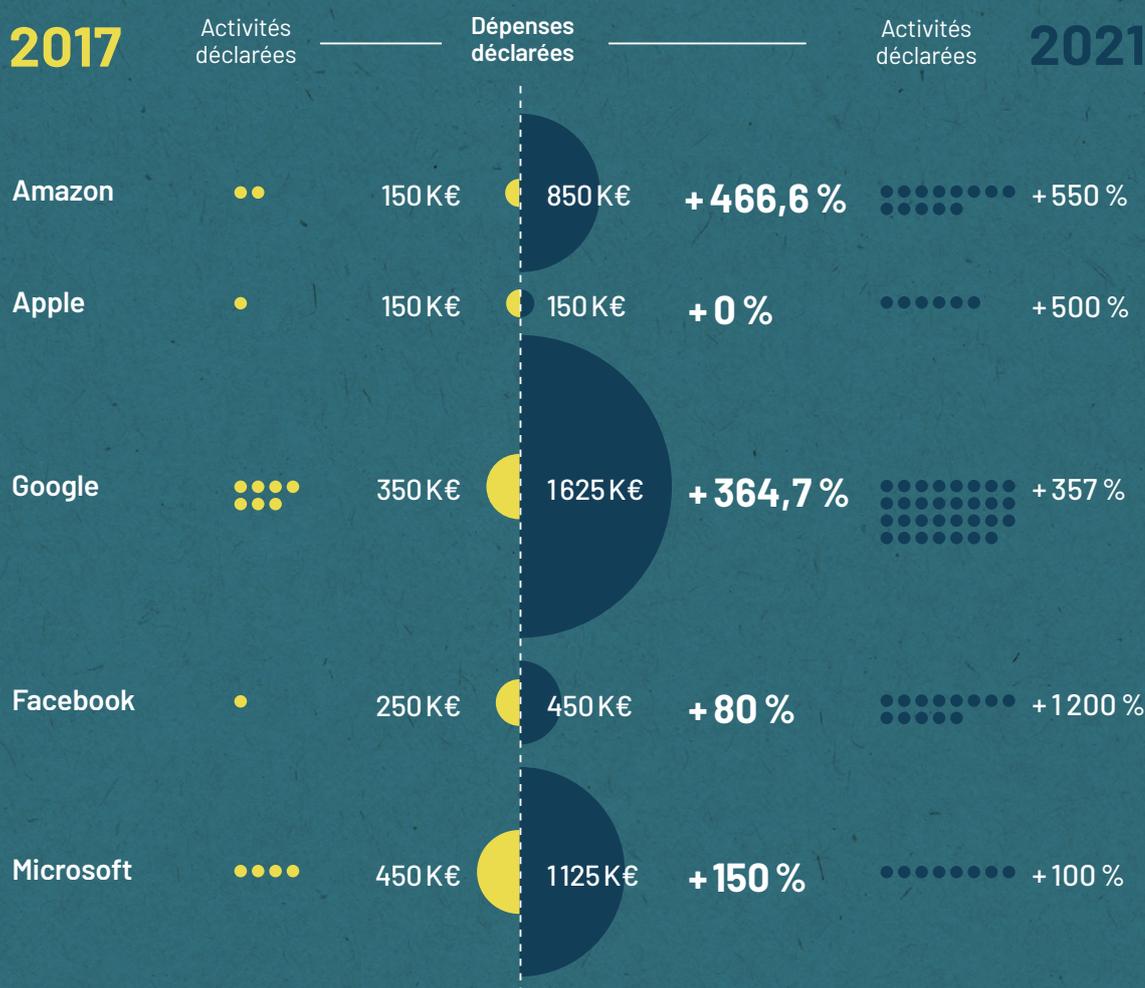
Selon un rapport récent de Corporate Europe Observatory et LobbyControl¹, l'industrie numérique dans son ensemble a dépensé 21 millions d'euros en lobbying auprès des institutions européennes en 2020. Ces dépenses ont explosé en l'espace de quelques années, à mesure que l'Union européenne a commencé à vouloir réguler le secteur. Apple, qui ne faisait même pas partie du top 50 des plus grosses dépenses déclarées de lobbying en 2015, est en 2021 à la seconde place. Le classement 2021 est largement dominé par les GAFAM, qui ont remplacé les multinationales pétrolières et automobiles qui figuraient traditionnellement en tête de classement. Après Bayer à la première place, on trouve Apple (2^e), Google (3^e), Meta (4^e), Microsoft (5^e) et Huawei (9^e). À Bruxelles, les GAFAM recourent aussi énormément à la stratégie des « portes tournantes » (voir la [partie II](#)). Toujours selon les mêmes ONG, 70% des lobbyistes de Google et Meta ont travaillé dans des institutions publiques au niveau national et/ou européen, y compris à la Commission ou avec les députés (collaborateurs, stagiaires). Il faut également souligner l'amplification du lobbying des plateformes de service (Uber, Airbnb, Deliveroo...) auprès des instances européennes².



En France, pour prendre la mesure du travail de lobbying effectué par les GAFAM (ou toute autre entreprise), nous ne disposons que d'un outil à la fois récent et imparfait : le registre des représentants d'intérêts de la Haute autorité pour la transparence de la vie publique (HATVP). Mis en œuvre dans le cadre de la loi dite « Sapin 2 », il n'existe que depuis 2017, et n'offre donc pas la même profondeur chronologique qu'au niveau européen. Les obligations de déclaration des entreprises y sont aussi plus faibles – n'est par exemple pas considéré comme « lobbying » un échange de vue avec un décideur si cet échange est à l'initiative du décideur en question. Les chiffres qui suivent ne donnent donc qu'un aperçu partiel de la réalité.

Selon le registre de transparence de la HATVP, les filiales françaises des GAFAM ont déclaré au total en 2021 la somme de **4 075 000 euros de dépenses dédiées à des activités de lobbying en France, contre 1 350 000 euros en 2017, soit une multiplication par 3**. Elles ont également déclaré un total de 72 activités de lobbying (rendez-vous avec des décideurs publics, échanges téléphoniques...) en 2021, contre 15 en 2017. Ces ordres de grandeur situent les GAFAM au même niveau que les plus actifs des groupes du CAC40 en matière de lobbying en France.

L'explosion des dépenses de lobbying des GAFAM



Les sommes sont déclarées dans une fourchette de montants avec un écart de 100 000 euros. En l'absence de données plus précises, les montants indiqués sont la médiane des deux extrémités de la fourchette. Source : hatvp.fr/le-repertoire

Là encore, en l'absence de critères suffisamment stricts et contraignants sur ce qui constitue une « activité de lobbying » et sur le niveau de détail requis, ces éléments sont peu informatifs en eux-mêmes. Ils donnent toutefois une bonne



En matière de lobbying, les GAFAM disposent d'une force de frappe largement supérieure à celle des acteurs qui portent une autre vision du numérique

idée de la variété des sujets et des dossiers sur lesquels les GAFAM défendent leurs intérêts, au-delà des plus attendus. Google a ainsi déclaré une activité de lobbying sur la loi Climat et résilience, à propos de l'article 109 portant sur le partage des données relatives à la mobilité avec les collectivités locales. Amazon s'est intéressé à la loi Egalim sur les relations entre producteurs et consommateurs de produits alimentaires. Le registre de la HATVP confirme aussi qu'Apple a cherché à infléchir la position des autorités françaises sur les législations européennes en cours d'élaboration à Bruxelles.

Malgré leur manque de précision, ces éléments montrent aussi la hausse tendancielle des activités de lobbying des GAFAM en France, comme à Bruxelles, et de la force de frappe dont ils disposent par rapport aux acteurs qui portent une autre vision du numérique. L'association de défense des libertés numériques La Quadrature du Net affiche par comparaison un budget annuel total d'environ 300 000 euros, et l'April, association dédiée à la promotion et à la défense du logiciel libre, un budget de 200 000 euros. Leurs dépenses de lobbying déclarées à la HATVP sont de moins de 10 000 euros.

Mercenaires : les cabinets de lobbying au service des GAFAM

Les GAFAM et autres entreprises du numérique ne se contentent pas de faire leur propre lobbying direct. Ils font aussi appel à des cabinets spécialisés pour les conseiller sur leur communication, faciliter leurs contacts avec les décideurs ou avec les médias, organiser des événements.

Google a ainsi fait appel entre autres aux services de Image 7, la prestigieuse firme de conseil d'Anne Méaux qui compte le tout-Paris des affaires parmi ses clients. Image 7 a aussi travaillé pour TikTok et des lobbys du secteur numérique comme Numeum. Cela n'empêche en rien Google de faire appel en même temps – selon les données du registre de la HATVP – aux services des cabinets CommStrat, Jin, Strat and Co, Séance publique, Garnault & Associés (tout comme Microsoft et Amazon), Publicis Consultants (comme Huawei) ou encore Communication et institutions (comme Apple et Netflix). Soit pas moins de huit contrats simultanés. Il est vrai qu'à Bruxelles, Google en déclare dix³. De quoi démultiplier considérablement la capacité d'influence du géant de Mountain View.

L'un des plus emblématiques cabinets de lobbying français reste Boury, Tallon et associés. Fondé par Paul Boury, il compte parmi ses clients plusieurs entreprises du CAC40 ainsi que Huawei dans le secteur numérique (et auparavant Airbnb⁴). Le cabinet vient d'être missionné par Google pour assurer son lobbying « vert », à travers notamment l'organisation d'un déjeuner avec des parlementaires. Sa filiale M&M Conseil est spécialisée dans l'organisation d'événements de débat public sur des sujets de société sponsorisés par des entreprises qui y gagnent une place à la tribune. C'est ainsi qu'un représentant de Microsoft – titulaire contesté du contrat du « Health Data Hub », voir ci-dessous – a pu parler de santé publique, un représentant d'Amazon de mobilité – ou encore que le responsable des affaires publiques de Google a été convié à disserter sur la souveraineté numérique⁵.

La branche française d'Edelman, l'un des plus importants cabinets de conseil en communication au monde, se distingue aussi. Comptant parmi ses clients Airbnb, Deliveroo et Ebay, il propose aux start-up françaises, à travers son offre EMERGE, des « stratégies de positionnement de marque, de storytelling, de création de contenus et de relations publiques à l'échelle globale ».

Parmi les autres cabinets qui déclarent au registre de transparence des GAFAM ou d'autres groupes numériques parmi leurs clients, on peut citer : APC (Apple), Altermind (Airbnb, Facebook, Orange), Bien Commun Advisory (Amazon), Bona Fide (Apple), BCW (Facebook), Cardinal (Facebook), EurosAgency (Booking, Uber, Flink), Lighthouse Europe (Facebook), Plead (Microsoft, Uber), Taddeo (Uber, Amazon), Samman (Amazon, Huawei), et Verba et Res (Microsoft).

Chambre d'écho : les associations professionnelles du numérique

Les associations professionnelles sectorielles sont la dernière pièce dans l'arsenal de lobbying des grandes entreprises. Ce sont des lieux où les firmes du secteur numérique peuvent se coordonner



Toutes les associations professionnelles du numérique regroupent à la fois des entreprises françaises et étatsuniennes, ce qui nuit à la capacité des premières à porter une voix différente.

et défendre leurs intérêts communs auprès des responsables publics. Ils constituent une puissante chambre d'échos qui permet là encore de démultiplier le pouvoir d'influence des GAFAM

en s'assurant le soutien d'autres entreprises censées être concurrentes et en faisant répéter le même message par plusieurs canaux. Autre avantage, dans un contexte de préoccupation sur la « souveraineté numérique » : toutes les associations professionnelles du secteur regroupent à la fois des entreprises françaises et étatsuniennes, ce qui nuit à la capacité des firmes françaises (en supposant qu'elles en aient l'envie) à porter une voix différente.

La plus importante de ces associations en termes de dépenses et de nombre d'adhérents est Numeum, issue de la fusion de Syntec Numérique et de Tech In. Elle regroupe des entreprises de services du numérique (ESN), des éditeurs de logiciels, des plateformes et des sociétés d'ingénierie et de conseil en technologies (ICT). Numeum

représente plus de 2 300 entreprises qui réalisent 85 % du chiffre d'affaires total du secteur en France. Tous les GAFAM et autres grosses entreprises du secteur y sont membres, mais aussi des PME/TPE réparties sur tout le territoire.

Plus récente, l'Alliance française des industries numériques (AFNUM) regroupe les plus grosses entreprises du secteur. Son directeur des affaires techniques et réglementaires, Philippe de Cuetos, est resté huit ans au ministère de la Culture avant d'occuper ce poste. Un autre structure, France Digitale, est censée représenter les start up françaises qui ambitionnent de devenir des « champions numériques européens », mais curieusement Microsoft déclare en être membre⁶. Citons encore l'Association des services internet communautaires (ASIC) dont sont membres Google et Microsoft, Renaissance numérique (Google, Facebook, Microsoft) qui est aussi un think tank, mais aussi France DataCenter (Amazon), la Fédération de e-commerce et de la vente à distance ou FEVAD (Google, Amazon), le Syndicat des régies internet (Amazon, Google, Facebook), l'Interactive Advertising Bureau (Google, Facebook), le Syndicat national du jeu vidéo (Google), l'Association de l'économie numérique (Google) ou encore le Groupement des éditeurs de services en ligne. Sans oublier l'American Chamber of Commerce à Paris, porte-voix des multinationales étatsuniennes implantées en France.

Soit un total de 13 organisations professionnelles qui ont déclaré au répertoire de la HATVP des dépenses cumulées de lobbying d'entre 1,3 et 1,87 million d'euros en 2021⁷ – qui viennent s'ajouter aux dépenses directes des GAFAM.

On mentionnera aussi enfin la Fédération française des technologies, une structure censée réunir les lobbyistes bruxellois des entreprises de technologies françaises, mais qui compte aussi dans ses rangs des cadres de firmes américaines. Elle n'est enregistrée ni au registre français, ni au registre européen.



Les dossiers noirs des GAFAM

Il y a longtemps que les enjeux liés aux GAFAM dépassent le seul champ du secteur numérique *stricto sensu*. Fiscalité, protection de la vie privée, impact écologique, terrorisme, financement de la culture et des médias, concurrence, conditions de travail, souveraineté, surveillance... Les critiques et les controverses qui ciblent les géants du web concernent virtuellement tous les domaines, et leur lobbying doit répondre sur tous les fronts.

– Fiscalité

Depuis le début, les GAFAM se distinguent par des pratiques agressives d'optimisation qui leur permettent de minimiser leur ardoise fiscale en France en passant par des pays comme l'Irlande et le Luxembourg. En réponse, le gouvernement français a annoncé en 2019 une taxe sur les services numériques, la « Taxe GAFAM », qui a fait l'objet d'intenses batailles d'influence et diplomatiques, les États-Unis pesant de tout leur poids en soutien à leurs champions. La taxe finalement adoptée a été largement critiquée pour la faiblesse des revenus qu'elle rapportait au regard du chiffre d'affaires des GAFAM en France.

– Vie privée

La récolte et l'utilisation abusives des données personnelles des utilisateurs, notamment à des fins de publicité ciblée, a été l'une des premières taches sur la réputation des GAFAM dans l'opinion publique. La réponse politique a principalement été articulée au niveau européen, d'abord à travers le Règlement général sur la protection des données (RGPD) de 2016, puis dans le Digital Services Act (DSA) de 2022. Ces deux législations ont fait l'objet d'une féroce bataille de lobbying et leur mise en œuvre effective continue à poser question.

– Terrorisme et contenus haineux

La régulation des contenus en ligne, et notamment tout ce qui concerne l'incitation au terrorisme et les discours

haineux, est devenue une priorité du gouvernement depuis la vague d'attentats revendiqués par Daesh d'un côté, et de l'autre le référendum du Brexit et l'élection de Donald Trump. Google et Meta pour Facebook et Instagram, mais aussi Twitter, ont exercé de fortes pressions au moment des très polémiques lois du 22 décembre 2018 contre la manipulation de l'information, dite loi « fake news » et du 24 juin 2020 contre les contenus haineux sur Internet, dite loi Avia. Sur ces dossiers, les GAFAM ont réussi à se poser en partenaires des gouvernements. Ce sujet est également traité dans le Digital Services Act (DSA) récemment adopté au niveau européen.

– Environnement

L'empreinte écologique du numérique, à la fois au niveau des équipements et de l'électricité nécessaire pour les services en ligne, fait de plus en plus débat. Les GAFAM sont parmi les premiers concernés. Les lois anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC) du 10 février 2020 et du 15 novembre 2021 visant à réduire l'empreinte environnementale du numérique (REEN), dite loi Chaize, ont notamment été l'occasion de prendre des mesures visant à réduire l'obsolescence programmée. La loi Climat et Résilience du 22 août 2020, issue des propositions amendées de la Convention citoyenne pour le climat, abordait aussi le sujet. Le sort réservé à son article 52 sur les entrepôts a démontré l'influence d'Amazon (voir ci-dessous).

– Financement des médias et de la culture

Les GAFAM ont souvent été accusés de porter atteinte aux sources de financement traditionnelles des médias et de la culture (comme la publicité), tout en profitant gratuitement d'une partie des contenus que ces derniers produisent. Les lois du 24 juillet 2019 et du 25 octobre 2021 relatives à la régulation et à la protection de l'accès aux œuvres culturelles à l'ère numérique ont créé un droit voisin au profit des agences de presse qui oblige les plateformes à les rémunérer. Cette mesure censée contraindre les GAFAM a finalement contribué à renforcer leur proximité et leur interdépendance financière avec les médias (voir ci-dessous).

– Neutralité du net

Le principe de l'égalité de traitement de tous les flux de données sur les réseaux numériques, bien qu'inscrit dans la législation, est régulièrement remis en cause, notamment par les opérateurs et les fournisseurs d'accès qui souhaitent pouvoir valoriser « leur » trafic et estiment que les GAFAM devraient contribuer au financement des infrastructures de réseau puisqu'ils en sont les principaux bénéficiaires. Dans ce dossier, qui a été remis à l'étude au niveau européen, les géants étatsuniens du web sont en théorie favorables à la neutralité du net, pour des raisons intéressées.

– Amazon

Le géant du commerce en ligne est un dossier noir à lui tout seul. Son expansion en France s'est accompagnée d'une série de controverses concernant les droits et la sûreté des travailleurs dans ses entrepôts, ses effets sur l'emploi et les petits commerces, son impact écologique et ses pratiques fiscales. Malgré une image écornée, le groupe basé à Seattle semble pouvoir encore compter sur l'appui du pouvoir exécutif.

– Pratiques anticoncurrentielles

On prête de plus en plus attention aux conséquences des GAFAM sur le tissu économique dans son ensemble et sur les différentes manières dont ils cherchent à profiter

de leurs positions ultra-dominantes dans leurs champs d'activité (moteur de recherches, publicité, email et cartographie pour Google, commerce en ligne et cloud pour Amazon, réseaux sociaux et publicité pour Facebook, etc.). Les autorités de concurrence française et européenne ont initié plusieurs procédures dans ce cadre, et le sujet est aussi l'enjeu du Digital Markets Act (DMA), législation adoptée au niveau européen en 2022.

– Surveillance et libertés civiles

Dans le prolongement des débats sur leur utilisation des données personnelles, les GAFAM ont été accusés de promouvoir un « capitalisme de surveillance » et de créer des outils permettant un contrôle individualisé des populations par les entreprises et/ou les gouvernements. L'utilisation accrue des technologies numériques pour la sécurité et plus récemment pour la gestion de la pandémie du Covid-19 montre que les États ne se montrent souvent que trop empressés à adopter les « solutions » proposées par certaines entreprises, sans tous les garde-fous nécessaires pour protéger les libertés civiles contre les empiètements publics ou privés.

– Souveraineté

La notion de « souveraineté numérique » est aujourd'hui un slogan ressassé à toute occasion sans que la notion soit toujours précisément définie. Dans sa version la plus puérile, elle renvoie simplement au souhait de voir émerger des entreprises numériques françaises et européennes qui puissent rivaliser en termes de capitalisation boursière avec leurs homologues étatsuniennes. C'est le thème des « 100 licornes françaises ». Plus sérieusement, la notion de souveraineté numérique renvoie au contrôle des technologies, de la propriété intellectuelle, des infrastructures et des données dont dépendent le fonctionnement de notre économie et de notre société et à notre dépendance excessive envers des multinationales basées aux États-Unis ou en Chine. Une bonne partie du débat tourne aujourd'hui autour du « cloud » et de la localisation des données, mais les efforts pour construire un « cloud souverain » débouchent souvent là encore sur des partenariats... avec les GAFAM (voir ci-dessous).

Partie II

Accès privilégié

Des relations étroites et souvent opaques au cœur du pouvoir

Rendez-vous et contacts au plus haut niveau, recrutement d'anciens hauts fonctionnaires... Les GAFAM se donnent les moyens de faire entendre leur voix.

Les dépenses déclarées de lobbying ne sont qu'une partie du tableau. On peut s'exprimer tant qu'on veut, encore faut-il cibler le bon interlocuteur au bon moment, et être sûr de se faire entendre. C'est souvent là, au-delà des ressources mobilisées, ce qui rend les grandes entreprises beaucoup plus influentes que les associations ou les syndicats : un accès privilégié aux décideurs jusqu'au plus haut sommet de l'État au moment le plus opportun. C'est l'une des missions confiées aux cabinets de lobbying mentionnés dans la première partie que d'organiser ces occasions de rencontres publiques ou privées : réunions officielles, déjeuners ou dîners d'affaires, conférences, événements publics, etc.

Le constat vaut aussi pour les GAFAM, dont les dirigeants ont été plusieurs fois invités en France à l'occasion de grands événements organisés par Emmanuel Macron, comme les sommets « Choose France ». Au-delà de ces raouts publics, l'information sur les contacts au quotidien ne transparait cependant qu'au compte-gouttes. Pourtant, les « Uber Files » et d'autres enquêtes journalistiques ont montré l'ampleur et l'importance des contacts entre les entreprises numériques étatsuniennes et les décideurs français, y compris jusqu'à l'Élysée.

Les « Uber Files », révélateurs des pratiques problématiques du secteur numérique... et de nos dirigeants.



En juillet 2022 éclatait le scandale des « Uber Files », faisant suite aux révélations d'un ancien lobbyiste « repentant » d'Uber, Mark MacGann. Les documents mis au jour ont permis une plongée d'habitude impossible au cœur de la stratégie d'influence d'Uber dans tous ses rouages, au moment où l'entreprise cherchait à s'imposer sur le marché européen. Ils montrent l'étendue des moyens déployés, depuis le financement d'études économiques faussement indépendantes jusqu'au ciblage de responsables politiques de haut niveau, comme l'ancienne commissaire européenne à la Concurrence et au Numérique Neelie Kroes, débauchée au mépris des règles en vigueur. Les « Uber Files » ont aussi mis en lumière le soutien dont la plateforme controversée a pu bénéficier en France du côté de l'Élysée, qui a pesé en faveur de l'entreprise y compris contre sa propre administration et contre le Parlement. Un soutien de poids que les lobbyistes s'étaient attachés à cultiver au fil de multiples contacts dont nous n'aurions jamais eu connaissance sans cette fuite.

Rendez-vous avec les décideurs publics : l'opacité organisée

Comme nous l'avons déjà mentionné, les dispositifs d'encadrement du lobbying en France ne font peser aucune obligation sur les responsables publics eux-mêmes. Ce sont les « représentants d'intérêts » qui doivent déclarer leurs activités de lobbying, dont leurs éventuels rendez-vous avec des décideurs – et encore, selon des critères restrictifs et sans précision. Sur tout ce pan essentiel de l'activité d'influence, nous en sommes donc réduits à des informations parcellaires, selon le bon vouloir des industriels ou des quelques élus qui font preuve de transparence dans ce domaine, de manière volontaire.

Cette situation contraste avec l'encadrement du lobbying au niveau de l'Union européenne, où les rendez-vous de lobbying avec au moins les échelons supérieurs de la Commission sont rendus publics. On sait ainsi que Google a bénéficié de pas moins de 72 rendez-vous avec la Commission présidée par Ursula von der Leyen depuis son entrée en fonction en 2019⁸. Meta en a eu 66, Microsoft 65, Apple 32 et Amazon 27. Sans oublier le principal lobby européen du secteur numérique, Digital Europe, qui en a eu 53.

AMAZON FRANCE SERVICES SAS
Type d'organisation : Société commerciale

Inscription le 01/05/2018 Télécharger

IDENTITÉ	ACTIVITÉS	MOYENS
<p>Retour à la liste des activités</p> <p>OBJET</p> <p>Assurer un équilibre entre la protection des intérêts des consommateurs et des entreprises dans le cadre de la transposition de la directive Omnibus et de l'adoption de la loi Egalim 2</p> <p>Date de publication : 30-03-2022 ID : EVIQ5FK3</p> <p>PERIODE CONCERNÉE : 01-01-2021 au 31-12-2021</p> <p>DOMAINES D'INTERVENTION : Industrie agroalimentaire, E-commerce</p> <p>INTERETS REPRESENTES</p> <p>AMAZON FRANCE SERVICES SAS a effectué ces activités de représentation d'intérêts pour son propre compte.</p> <p>Type de décisions publiques</p> <ul style="list-style-type: none"> Lois, y compris constitutionnelles Actes réglementaires Ordonnances de l'article 38 de la Constitution <p>Type d'actions de représentation d'intérêts</p>		

Rien de tel au niveau français. L'activité de lobbying déclarée par Amazon au titre de l'année 2021 sur la loi Egalim⁹ liste par exemple un ensemble très vague de décideurs contactés en l'espace de toute une année, sans plus de précisions sur les dates. Les informations livrées ne permettent pas de se rendre compte de la portée de ces rencontres entre lobbyistes et décideurs publics.

Du côté des responsables publics eux-mêmes, la mise à jour et la publicité de leur agenda est complètement aléatoire. L'agenda de Jean-Noël Barrot, l'actuel ministre délégué chargé de la Transition numérique et des Télécommunications¹⁰, semble par exemple vide ou pratiquement vide. Si l'on veut s'informer sur les rencontres entre lobbyistes de l'industrie numérique et responsables publics, il faut éplucher les réseaux sociaux, notamment Twitter, où les informations sont irrégulières, dispersées et souvent partiales.

Agenda de JN Barrot, consulté le mardi 15/11/22 ; agenda de Bruno Le Maire, vide.

Certains responsables font exception. Clément Beaune, lorsqu'il était en charge des Affaires européennes, rendait public ses rendez-vous. Il a ainsi rencontré le directeur général de Facebook France en octobre 2021, dans le cadre de la préparation de la présidence française du Conseil de l'UE. Dans le même cadre, la représentation officielle de la France à Bruxelles avait accepté de rendre publics certains de ses rendez-vous avec des industriels, dont deux avec Digital Europe en septembre et décembre 2021, alors qu'étaient finalisées les législations DMA et DSA¹¹. Ces informations ne sont déjà plus disponibles.

Le journaliste Alexandre Léchenet a fait l'exercice de traquer les rendez-vous entre décideurs français et GAFAM sur la période 2012-2017. Il a réussi à trouver la trace d'une soixantaine de rendez-vous entre 2012 et 2016¹², ainsi que de contacts en 2017



Les responsables politiques français sont très peu transparents sur leurs rendez-vous avec les GAFAM ou avec leurs lobbyistes.

et 2018 avec le nouveau locataire de l'Élysée et son équipe. Après avoir saisi la justice administrative, il a réussi à obtenir certains documents relatifs à ces rendez-vous qui révèlent des échanges et des complicités avec Google et Amazon très similaires à ceux mis en lumière par les Uber Files – y compris des appels à l'Élysée pour passer outre les litiges fiscaux ou autres qui opposaient ces groupes à l'administration française¹³. Un tel travail reste à faire pour la période récente, rien ne portant à croire que ces contacts se soient refroidis.

Amazon, la loi Climat et le rôle de l'Élysée



Face à l'expansion d'Amazon, les Amis de la Terre et les collectifs locaux demandent depuis plusieurs années un moratoire sur l'implantation de tout nouvel entrepôt destiné à la vente en ligne. Cette demande a été traduite en proposition de loi en juin 2020, avec le soutien de la députée Delphine Batho. Durant cette même année 2020, Emmanuel Macron – qui avait inauguré le site Amazon de Bove en 2017 – a rencontré au moins une fois Jeff Bezos et une fois le directeur général d'Amazon France Frédéric Duval. Malgré le soutien affiché de la ministre de l'Environnement de l'époque Barbara Pompili et d'autres membres du gouvernement, la proposition fut rejetée par la majorité. Le gouvernement assura alors que la question serait prise en compte dans la loi Climat, supposée retranscrire les propositions de la Convention citoyenne pour le climat. De fait, les « citoyens » avaient repris la même demande.

Pourtant, l'article 52 du projet de loi « Climat et résilience » supposé reprendre cette proposition ne prévoyait que l'interdiction de délivrer une autorisation pour l'implantation ou l'extension de grandes surfaces commerciales de plus de 10 000 m² qui engendreraient une artificialisation des sols. Cette formule exclut les entrepôts de commerce en ligne, qui ne sont pas soumis à une autorisation d'exploitation commerciale, leur accordant ainsi un régime dérogatoire. Les différents groupes politiques se sont opposés à cette possibilité de dérogation, y compris des députés du groupe majoritaire LREM. Dès la première lecture à l'Assemblée, 54 d'entre eux ont même déposé ou co-signé des amendements en ce sens, mais aucun n'a été retenu ni en commission ni en plénière, les députés LREM concernés ne s'étant soit pas présentés, soit abstenus.



Portes tournantes : la symbiose public-privé

Pour faciliter leurs activités d'influence, les entreprises n'hésitent pas à recourir à la pratique bien établie des « portes tournantes », qui consiste à recruter du personnel passé par le secteur public, y compris aux plus hauts niveaux hiérarchiques, souvent pour étoffer leurs équipes chargées des affaires publiques. Pour les entreprises, cela a de nombreux avantages : recruter un ancien responsable public, c'est s'assurer le contrôle d'un carnet d'adresses, de possibilités accrues de contacts formels ou informels avec ses anciens collègues et d'une expertise de première main sur les rouages de l'administration, les rapports de forces internes et l'état des dossiers.

Les GAFAM y ont recours avec d'autant plus de zèle qu'ils ont les poches bien garnies et un prestige de nature à attirer les plus grands noms. C'est le cas au niveau européen. Comme on l'a vu plus haut, selon le décompte de Corporate Europe Observatory et de Lobbycontrol, 70% des lobbyistes de Google et Meta ont travaillé précédemment dans des institutions publiques au niveau national et/ou européen. En plus de l'ancienne commissaire Neelie Kroes évoquée plus haut, qui s'est mise au service d'Uber, on peut citer l'exemple d'Aura Salla, aujourd'hui lobbyiste en chef de Facebook/Meta dans la capitale européenne après avoir passé 5 années à la Commission à des postes de haut niveau : cabinet du vice-président Jyrki Katainen (chargé de l'emploi, de la croissance, de l'investissement et de la compétitivité), puis Centre européen de stratégie politique, puis le service consultatif Inspire, Debate, Engage and Accelerate Action (IDEA) en charge de la cybersécurité, des menaces hybrides, de la désinformation et de l'ingérence électorale, de la défense de l'UE et de la Russie. Autant d'enjeux qui intéressent directement le groupe de Mark Zuckerberg¹⁷.



« On nous a expliqué qu'il ne fallait pas toucher à Amazon, que c'était la ligne rouge à ne pas franchir », a expliqué alors un député à Challenges¹⁴. Selon les Amis de la Terre, les députés ont eu des consignes directes de l'Élysée : « Le chef de l'État est intervenu en personne pour rappeler à l'ordre les députés LREM récalcitrants, avec des consignes de vote très claires¹⁵. » L'association écologiste déclare aussi avoir reçu des témoignages de maires qui avaient fait l'objet de pressions venues de « plus haut que Bercy » pour accepter les projets d'implantation d'Amazon.

Au moment de l'examen du projet de loi, le gouvernement avait commandé une étude à France Stratégie et à l'Inspection générale des finances sur les impacts du e-commerce en matière d'emplois, de fiscalité et de climat. Mais cette étude ayant conclu à un lien entre baisse de l'emploi et présence du commerce en ligne sur un secteur ainsi qu'à son impact négatif sur le climat, le gouvernement a tenté de la camoufler, jusqu'à ce qu'elle soit finalement révélée par Contexte¹⁶.

Le même phénomène s'observe aussi au niveau français, selon le décompte non exhaustif que nous avons pu faire¹⁸ :

Chez Amazon France, Yohann Bénard, aujourd'hui directeur des affaires publiques Europe, est un ancien directeur adjoint du cabinet de Christine Lagarde à Bercy, conseiller technique au cabinet du Premier ministre François Fillon et maître des requêtes au Conseil d'État. Christophe Cousin, ancien directeur des études, des affaires économiques et de la prospective au sein de l'Arcom (ex CSA), est devenu responsable des affaires publiques et intervention dans le domaine des études économiques au sein du géant de l'e-commerce. Stanislas Bosch-Chomont, responsable affaires publiques chez Microsoft de 2012 à 2014 puis directeur affaires publiques Amazon de 2016 à 2022, a été auparavant conseiller parlementaire

au cabinet de Christine Lagarde à Bercy puis au cabinet de Nathalie Kosciusko-Morizet, secrétaire d'État chargée de l'Écologie.

Du côté d'Apple, le directeur des affaires gouvernementales est Sébastien Gros, proche collaborateur de M. Valls depuis 2008, au Ministère de l'Intérieur de 2012 à 2014 et chef de cabinet du Premier Ministre de 2014 à 2016, ancien préfet hors cadre « chargé d'une mission de service public relevant du gouvernement » en 2015, et enfin préfet chargé de mission auprès du secrétaire général du ministère de l'Intérieur à partir de 2018.

Le directeur des affaires publiques de Meta France, Anton'maria Battesti, est resté un an à la CNIL et deux ans au ministère des Affaires étrangères.



Recruter un ancien responsable public, c'est s'assurer le contrôle d'un carnet d'adresses, de possibilités accrues de contacts formels ou informels avec ses anciens collègues et d'une expertise de première main sur les rouages de l'administration.

Chez Microsoft, Jean-Renaud Roy a été dix ans collaborateur au Sénat avant de devenir directeur des affaires corporate.

Parmi les GAFAM, c'est cependant Google qui s'illustre le plus en matière de portes tournantes. Parmi ses lobbyistes, Olivier Esper, de 1998 à 2002 à l'ancienne Autorité de régulation des télécommunications, puis analyste à l'ambassade de France jusqu'en août 2004 a rejoint la firme de Mountain View comme directeur des politiques publiques en 2006. On peut également citer Elisabeth Bargès, ancienne représentante de la direction du développement des médias pour la société de l'information à Matignon, devenue en 2010 conseillère politiques publiques chez Google ; Francis Donnat, ancien maître des requêtes au Conseil d'État et référendaire à la CJUE jusqu'en 2012, directeur pour les politiques publiques de Google jusqu'en 2016 ; Anne-Gabrielle Dauba-Pantanacce, directrice de la communication de Google France jusqu'en 2019

qui fut recrutée en janvier 2007 alors qu'elle était au cabinet du ministère de l'Industrie. Le cas le plus emblématique est cependant celui de Benoît Loutrel, directeur des relations institutionnelles et des politiques publiques chez Google France en 2017, qui est l'ancien directeur général de l'autorité de régulation ARCEP, et est redevenu aujourd'hui conseiller d'une autre autorité, l'Arcom.

En matière de portes tournantes, impossible de ne pas évoquer Huawei France, très offensif dans ce domaine. Sa plus grosse opération est d'avoir recruté un ancien député et ministre, Jean-Louis Borloo, administrateur de Huawei Technologies de 2016 à fin 2018, puis président de la filiale française de Huawei, pour une rémunération annuelle de 250 000 euros de juin 2019 à mai 2020. D'autres cas sont tout aussi parlants, comme celui de Jean-Marie Le Guen, ex-secrétaire d'État et député, au conseil d'administration de Huawei France depuis 2020 ; de Jacques Biot, ancien directeur de l'École polytechnique et ancien conseiller technologies auprès du Premier Ministre, nommé administrateur, puis président du CA ; de Vincent de Crayencour, passé par la cellule diplomatique du ministère de l'Intérieur et aux affaires réservées du cabinet du ministre du Budget, directeur des relations avec le gouvernement de 2020 à 2022 ; de Jean-Christophe Aubry, dix ans à l'Assemblée nationale, pendant deux ans aux affaires publiques ; et enfin de Gérard Errera, ancien ambassadeur et secrétaire général des Affaires étrangères, qui siège au comité consultatif de Huawei International.



Partie III

Soft Power

Comment les GAFAM infusent la société et pèsent sur le débat public

Think tanks, médias, institutions de recherche et d'enseignement... Les géants numériques cultivent leurs relations dans l'ensemble de la société française.

En matière d'influence, les contacts directs avec les décideurs ne suffisent généralement pas. Il faut aussi travailler l'opinion et, par là, contribuer à façonner et orienter le débat public, se ménager des alliés, gagner « les cœurs et les esprits ». Les GAFAM ont les poches suffisamment pleines pour le faire, et ne s'en privent pas.

Les think tanks ou la fabrique du débat public

Pour peser sur l'opinion et le débat public, les think tanks jouent un rôle clé. Se présentant comme des lieux indépendants et objectifs d'analyse et de proposition, ils sont en réalité aussi des véhicules de lobbying pour les entreprises, à travers les conférences, tables rondes et rencontres informelles qu'ils organisent, leurs publications à destination des décideurs, leurs experts qui interviennent sur les plateaux télévisés et les chiffres qu'ils produisent pour alimenter la une des médias. Les GAFAM ont compris l'intérêt d'investir ce terrain en apportant des financements, en participant à leurs activités ou en mettant à disposition leurs employés. Un document interne de Google relatif à sa stratégie de lobbying est clair sur ce point, citant parmi les premières mesures à adopter celle de « mobiliser des tiers (comme des

think tanks ou des universitaires) pour faire écho à nos messages »¹⁹.

Le plus emblématique des think tanks français est sans doute l'Institut Montaigne, dont l'orientation libérale et l'influence sur le gouvernement sont de notoriété publique. Entre autres multinationales, l'Institut Montaigne compte parmi ses financeurs Amazon, Doctolib, Google, Microsoft, ou encore Uber. La question des droits des travailleurs des plateformes offre un exemple remarquable de sa capacité d'influence sur la décision publique dans le secteur numérique tout comme des conflits d'intérêts qui y sont attachés. À l'occasion de la loi Borne sur l'orientation des mobilités en 2019, dont l'article 20 écarte toute possibilité de salariat pour les livreurs des plateformes et chauffeurs VTC au profit de « chartes de bonnes conduites » rédigées par les plateformes elles-mêmes, Elisabeth Borne avait déclaré s'appuyer sur le rapport « *Travailleurs des plateformes : liberté oui, protection aussi* »²⁰ de l'Institut Montaigne. Son rapporteur général, Charles de Froment, dirige une agence de relations publiques et a travaillé jusqu'à 2018 comme lobbyiste pour la plateforme de livraison Stuart. Deux des autres rapporteurs étaient Faustine Pô, également chez Stuart, et Edouard Michon, de la direction de la stratégie chez Allianz qui est

l'assurance partenaire des chauffeurs Uber depuis 2015. L'Institut Montaigne est présidé par Henri de Castries, ex patron d'Axa, compagnie qui propose une assurance aux livreurs et chauffeurs Uber et Stuart. Uber est l'un des financeurs de l'Institut Montaigne, tout comme La Parisienne Assurance, partenaire de Deliveroo.

L'Institut Choiseul est également un think tank de poids en France qui s'est récemment positionné sur les enjeux de « souveraineté ». Amazon, Google, Microsoft, Thales et CDiscount figurent parmi ses financeurs. En collaboration avec

// Les liens financiers entre médias et GAFAM n'ont cessé de se resserrer ces dernières années.

France Digitale, il a notamment publié un rapport « Pour des champions européens du numérique et de l'innovation »²¹ (2021), soutenu par Google, Microsoft,

Capgemini et CDiscount, qui a été présenté à Mariya Gabriel, commissaire européenne à l'Innovation, la Recherche, la Culture, l'Éducation et la Jeunesse.

En plus des think tanks généralistes, des organisations spécialisées sur les enjeux numériques émergent en France. Parmi elles, Renaissance numérique, fondée en 2007 et dédiée à la « transformation numérique de la société », qui compte parmi ses membres Google, Meta, Apple et Microsoft et qui a été très active dans le cadre de la préparation de la Présidence française du Conseil de l'UE²². Autre exemple : Villa Numeris, qui compte Meta et Microsoft parmi ses partenaires, organise entre autres pour ses membres dix rencontres privilégiées par an avec des décideurs.

Relations troubles avec les médias

On pourrait croire que les médias français n'aiment pas les GAFAM. Ils ne cessent en effet de se plaindre de la perte de leurs revenus publicitaires, et de la manière dont les plateformes web profitent gratuitement des contenus qu'ils produisent. En réalité, les liens financiers entre médias et GAFAM n'ont cessé de se resserrer ces dernières années.

Google a créé en 2015 la Digital News Initiative (DNI), une initiative européenne pour « soutenir un journalisme de qualité grâce à la technologie et à l'innovation ». Entre 2015 et 2019, ce fonds a soutenu 662 projets dans 30 pays pour 150 millions d'euros. En France, le DNI a financé 75 projets pour 20,1 millions d'euros, ciblant toute sorte de médias, allant des grands groupes (*Le Monde*, *l'AFP*, *L'Express*) à des titres médias en ligne (*Loopsider*, *brief.me*) en passant par des titres régionaux ou spécialisés²³.

Quelques années plus tard, la directive sur le droit d'auteur dans le marché unique numérique du 17 avril 2019, a institué des droits voisins pour les éditeurs de presse dont les contenus sont partagés sur les « services de communication au public en ligne », soit les moteurs de recherche et les réseaux sociaux. Les GAFAM ne sont pas parvenus à faire échouer cette directive, mais ont trouvé des moyens de la contourner. Sous couvert de rémunérations au titre des droits voisins, Google et Facebook ont conclu des accords commerciaux avec les principaux médias français. Dans une enquête²⁴, *Mediapart* a dénoncé l'opacité de ces contrats secrets.

L'Alliance de la presse d'information générale (Apig), qui regroupe les principaux titres de la presse quotidienne nationale et régionale, et dont le président Pierre Louette est le PDG du groupe de presse *Les Échos-Le Parisien* contrôlé par LVMH, a signé le 21 janvier 2021 un accord-cadre avec Google. Une enquête de l'agence Reuters²⁵ révèle que Google a signé des accords de licence individuels avec 121 publications nationales et locales (dont *Les Échos*, *Le Parisien*, *Le Monde*, *Le Figaro*, *Libération*, *L'Obs*, *L'Express*) et leur versera à ce titre 22 millions d'euros par an pendant trois ans, soit un total de 66 millions. Ces accords portent officiellement sur divers services. *Subscribe with Google* simplifie la création d'un compte sur un média en ligne via son compte Google. La firme a ensuite pris en charge 50 % des abonnements pour plusieurs titres. En octobre 2022, Google a lancé *Google Showcase*, une vitrine de la presse

accessible via Google Actualités. Le service présente des gros titres et des liens vers des articles de 130 titres de presse français.

Le groupe de Mountain View a également conclu des contrats de « fact-checking », comme en 2021 pour lutter contre la désinformation dans le cadre des élections présidentielles 2022. En tout, Google et l'AFP auraient passé un contrat global de 10 millions d'euros par an pour différents projets²⁶. Google cible aussi les jeunes journalistes puisqu'il avait passé dès 2011 un partenariat avec l'école de journalisme de Sciences Po Paris. Selon nos informations, l'entreprise continue à ce jour à proposer des formations gratuites à l'usage des outils Google dans les écoles de journalisme.

Dès 2017, Facebook a lui aussi conclu des accords de fact-checking avec huit médias : *Le Monde* (Les Décodeurs), AFP, BFM-TV, France TV, France Médias Monde, *L'Express*, *Libération* (CheckNews), 20 Minutes. *Libération* y a mis fin en 2020, expliquant qu'« en termes d'indépendance éditoriale, la direction a jugé plus pertinent de miser sur les abonnés numériques et des contenus à valeur ajoutée plutôt que sur un contrat avec une entreprise privée »²⁷. En 2021, l'APIG et Facebook ont conclu un accord confidentiel de 25 millions de dollars par an²⁸.

Mentionnons enfin que la fondation Bill et Melinda Gates, dirigée par le cofondateur de Microsoft, a versé entre 2014 et 2019 au *Monde Afrique* un total de plus de 4 millions de dollars. La Fondation dit attendre du média un « journalisme de solution », qui donne une image positive du continent africain où la Fondation agit.

Le monde de la recherche et de l'éducation

Le numérique étant présenté comme la filière d'avenir par excellence, les GAFAM ont aussi investi le terrain de l'éducation, de l'enseignement supérieur et de la science. Les géants du numérique pénètrent peu à peu dans ce monde à travers des partenariats de recherche ou en finançant

des chaires. Dès 2012, Google et HEC ont créé la chaire Google@HEC permettant aux étudiants de suivre des cours de *business* en ligne. Jean-Marc Tassetto, ancien directeur général de Google France, est par ailleurs professeur affilié honoraire à HEC. Google a également ouvert un centre de recherche fondamentale sur l'intelligence artificielle à Paris en 2018. 200 ingénieurs y sont affiliés, dont des professeurs d'établissements publics tels que l'Inria, Polytechnique ou encore Mines ParisTech. Bruno Sportisse, le directeur général de l'Inria a d'ailleurs souligné sur Twitter l'importance « clé » de cette collaboration²⁹. L'inauguration a eu lieu en présence de Delphine Gény-Stephann, alors secrétaire d'État auprès de Bruno Le Maire, et de plusieurs députés de la majorité présidentielle, comme Cédric Villani, Denis Masséglia et Éric Bothorel³⁰.

Microsoft, Google et Uber font également partie des nombreuses entreprises mécènes de Polytechnique. Uber y finance la chaire « Integrated Urban Mobility » qui vise à développer la recherche sur les « transports du futur ». Les plateformes Prime Video et Netflix sont quant à elles partenaires de la chaire « Pluralisme culturel & Éthique du numérique » des universités Paris 1 Panthéon Sorbonne et Paris 2 Panthéon Assas. Huawei finance en France six centres de recherches en mathématiques. En 2020, le groupe chinois a inauguré le Centre de recherche Lagrange en mathématiques et calculs. Ce centre, soutenu par la présidente de la région Île-de-France Valérie Pécresse, est dirigé par Merouane Debbah, directeur R&D chez Huawei France.

Outre leur pénétration dans les universités, les GAFAM ont lancé leurs propres programmes d'éducation, souvent destinés aux populations délaissées par le système. En 2014, Microsoft a présenté son programme YouthPark. Il s'agit d'un plan sur trois ans visant à attirer vers la filière numérique 300 000 jeunes, pour priorité des résidents des quartiers défavorisés. Microsoft a également créé une école d'intelligence artificielle, École IA, avec la start-up Simplon qui compte plusieurs

campus en France. Sa formation de développeurs web est reconnue par l'État. De son côté Amazon a lancé son programme Amazon Future Engineer en France, qui consiste en des interventions dans des établissements publics depuis l'école primaire jusqu'à l'enseignement supérieur pour sensibiliser au numérique et à ses métiers. À cette occasion, Amazon fournit aux enseignants des produits connectés et des ressources pédagogiques, comme complément des programmes de l'Éducation nationale. Plus de 1500 ateliers ont déjà eu lieu dans toute la France. Dans le cadre de ce programme, Amazon offre également un système de bourse pour jeunes étudiants et de mentorat par un collaborateur d'Amazon pendant cinq ans. Enfin, Google a lancé en 2015 ses Ateliers numériques, un programme à but non lucratif qui propose des formations, des cours et des certifications gratuits via une plateforme d'apprentissage en ligne. Google organise également des ateliers en présentiel dans six villes de France.

Le CAC40 séduit par les GAFAM

Le tableau ne serait pas complet si l'on ne mentionnait pas les relations étroites nouées par les GAFAM avec les grands acteurs économiques français, et notamment les « champions nationaux » du CAC40. Une manière là aussi de s'assurer une légitimité et des soutiens.

Dans le secteur de la distribution, Carrefour s'est associé en 2018 à Google pour divers projets, mettant en avant le croisement des expertises des deux groupes au service de nouvelles expériences pour le consommateur. Carrefour prévoit de proposer son offre via l'Assistant Google et une nouvelle interface de Google Shopping. Le groupe ouvre la même année un « lab d'innovation » à Paris en partenariat avec Google Cloud. Enfin, Google est choisi pour accompagner la transformation numérique de Carrefour avec la suite bureautique Google Workplace et des formations au numérique pour son personnel. En 2021, Carrefour a annoncé avoir conclu avec Meta un autre partenariat stratégique afin de développer son offre de commerce

Amazon : la philanthropie pour soigner une image écornée



Les GAFAM développent également des activités de type philanthropique. Amazon - dont l'image est sans doute la plus mauvaise en France - se démarque par ses multiples actions caritatives. Le groupe est partenaire de plusieurs campagnes du Secours Populaire à qui il a fait notamment don de fournitures scolaires. Amazon participe ponctuellement à d'autres campagnes de dons avec différentes associations et banques alimentaires. Ces dons ne sont pas forcément si désintéressés que ça : la loi AGEC de 2020 oblige les entreprises à réemployer, réutiliser ou recycler les produits non alimentaires invendus, sous peine de sanction et leur donnant droit à des réductions fiscales. Amazon œuvre également pour la médecine et la sécurité avec le programme Amazon Goes Gold contre le cancer pédiatrique et un partenariat avec la Fondation Vaincre Alzheimer. À l'été 2022, alors que les feux de forêt faisaient la une des médias, Amazon a même noué un partenariat avec les Pompiers de France pour créer un quiz « sécurité civile » sur le boîtier Alexa³¹.

en ligne. Le groupe a investi 3 milliards d'euros pour 2022-2026 pour développer une application qui réunisse tous les services qu'il offre. Carrefour a dans le même temps annoncé développer son recours à WhatsApp et Messenger pour sa communication clients et à d'autres plateformes de Meta pour sa communication interne.

Dans le domaine de l'automobile, Stellantis s'est associé en 2022 avec Amazon et ses filiales Amazon Devices et Amazon Web Services (AWS) pour développer des véhicules connectés. Le constructeur compte également dans son conseil d'administration un dirigeant de Microsoft, et un administrateur d'Alibaba et Uber. Dans le secteur



de la santé, Sanofi collabore avec Google depuis 2016 dans la recherche d'un traitement du diabète. Le groupe pharmaceutique a annoncé un nouveau partenariat en 2019 pour créer un « nouveau laboratoire d'innovation avec l'ambition de transformer radicalement le développement des futurs médicaments et services de santé en tirant parti de la puissance des nouvelles technologies de données ». Une dirigeante de Google Europe siège également au conseil d'administration du groupe de luxe Kering.

Cloud : une souveraineté très partielle



Les appels à la création d'un cloud européen souverain se sont multipliés ces derniers temps. En même temps, le gouvernement français a lancé le label « cloud de confiance » censé assurer la sécurité des données stockées en ligne. Pour être labellisé « cloud de confiance », un service doit assurer que les données seront localisées en France, que ses services seront proposés par une entité de droit français et qu'il ne sera pas soumis aux réglementations extraterritoriales des États-Unis. Amazon, Microsoft et Google, qui dominent le marché du cloud, se sont cependant rapidement adaptés. En 2020, Google et OVHCloud ont signé un partenariat stratégique pour créer l'offre « Hosted Private Cloud » qui propose les services de Google Cloud mais dont les données sont hébergées dans les centres de données de la société française. En 2021, Orange et Capgemini ont créé la plateforme « Bleu » en partenariat avec Microsoft. Cette plateforme sera basée sur les offres cloud de Microsoft, mais à partir d'une infrastructure isolée et de centres de données français, afin de répondre elle aussi aux critères du label. Enfin, Thales et Google Cloud ont annoncé en 2021 créer une nouvelle société pour proposer un « cloud souverain », détenue majoritairement par Thales.

Partie IV

« Lobbyisme passif » L'État en servitude volontaire

Les outils des GAFAM sont partout, y compris au cœur même de l'État et des services publics. Cela leur permet de se poser en partenaires des gouvernements, qui souffrent d'un manque cruel d'expertise et de moyens.

La toile d'influence des GAFAM en France s'appuie aussi sur leur pénétration ouverte ou insidieuse au cœur même de l'État, de l'administration et des services publics. Cette pénétration passe par l'utilisation de leurs outils et de leurs services, parfois proposés à titre gracieux, dont des autorités publiques en manque de moyens et de compétences ne sont souvent que trop heureuses de se saisir. Dans ses prises de décision relatives au secteur numérique, l'État ne dispose souvent que d'une expertise limitée. Il doit se reposer sur une société civile aux moyens très réduits, sur les conseils de consultants peu fiables ou bien sur les industriels eux-mêmes qui sont évidemment ravis de proposer leurs normes et leurs processus.

On peut ainsi parler d'une forme de « lobbyisme passif », qui permet aux GAFAM de protéger leurs intérêts du seul fait de leur maîtrise de l'information et des compétences techniques, et qui leur permet de s'afficher en partenaires bienveillants et positifs des pouvoirs publics plutôt qu'en tant qu'acteurs économiques privés soumis à leur régulation. Les GAFAM ont beaucoup joué de cette carte également au niveau européen, en négociant pied à pied avec la Commission et les responsables bruxellois le détail des législations comme le RGPD, le DMA et le DSA et en déplaçant constamment le débat sur un plan technique qu'ils maîtrisaient mieux que quiconque. C'est ce qui explique que ces législations soient si complexes, et si difficiles à appliquer de manière effective.

Cette stratégie de « dépolitisation » est typique du lobbying des industriels à Bruxelles.

L'Éducation nationale, terrain de chasse

L'Éducation nationale est une cible de choix pour les GAFAM. Dès 2015, un partenariat très controversé a été conclu entre Microsoft et l'Éducation nationale pour développer le numérique à l'école. En 2020, l'État a à nouveau choisi Microsoft suite à un appel d'offres à 8,3 milliards d'euros pour équiper l'Éducation nationale et l'enseignement supérieur. La procédure de cet appel d'offre a été critiquée et l'association Anticor a déposé une plainte devant le parquet national financier pour des soupçons de favoritisme. Le Conseil national du logiciel libre (CNLL) avait pourtant rappelé qu'il existe des logiciels libres, portés par des éditeurs français ou européens, dont les fonctionnalités et les performances sont comparables à Microsoft, et que le choix du géant américain n'était pas indispensable.

L'Éducation nationale assume parfaitement cette politique de porte ouverte aux GAFAM, se justifiant de ce que leurs outils sont *de facto* déjà adoptés par les enseignants et les familles. En 2017, Mathieu Jeandron, alors directeur du numérique à l'Éducation nationale, déclarait ne voir aucune « réserve générale sur l'usage des outils (...) des grands fournisseurs de services du Web », les ENT traditionnels n'étant pas adaptés à la mobilité³². Des alternatives

ont pourtant été proposées, comme la création d'un cloud ministériel basé sur les outils Open Source de Framasoftware. En 2018, ce haut fonctionnaire a rejoint les rangs d'Amazon Web Services.

Le géant de l'e-commerce et du cloud a en effet lui aussi investi l'Éducation nationale. Début 2016, il a conclu un partenariat avec le réseau Canopé de ressources pédagogiques multimédias du Ministère, pour encourager les enseignants à auto-éditer des contenus pédagogiques via la plateforme d'autoédition Kindle Direct Publishing (KDP) d'Amazon. Cet accord a provoqué la colère des maisons d'éditions et éditeurs scolaires qui misent sur le format numérique ouvert ePub afin de donner accès aux ressources³³.

Outre le choix contestable de se tourner vers des entreprises étatsuniennes, la sécurité des données des élèves est également en cause. En 2018, un enseignant a alerté sur le fait que le portail sur lequel les professeurs entrent les notes des évaluations pour les classes de CP et CE1 était hébergé en Irlande sur un serveur d'Amazon. L'Éducation nationale a reconnu héberger ces données sur un serveur d'Amazon, mais a assuré que leur anonymat était protégé³⁴.

Santé, aides publiques : des données sensibles confiées à Microsoft et Amazon

Deux exemples récents sont venus illustrer la propension de l'État français à confier des missions pourtant stratégiques ou sensibles à des groupes comme Microsoft ou Amazon, malgré ses professions de foi en matière de souveraineté. Les deux affaires illustrent aussi les relations étroites qui existent entre ces groupes et l'administration, qui n'a pas hésité à leur confier des marchés sans appel d'offres.

Fin 2019, l'État français a créé la Plateforme des données de santé (PDS) ou « Health Data Hub », destinée à faciliter le partage des données de santé issues de différentes sources afin de contribuer à

la recherche. Il a choisi Microsoft comme prestataire pour héberger ces données, sans recourir à un appel d'offres, au motif que seul Microsoft pouvait répondre au cahier des charges prévu par le projet. Le siège de l'entreprise étant situé aux États-Unis, elle est soumise aux lois extraterritoriales qui permettent aux autorités de ce pays d'avoir accès aux données. D'abord mis en cause par la CNIL, le projet a finalement été invalidé par la CJUE. Celle-ci a considéré que le Privacy Shield, ou « bouclier de protection des données » n'est pas une protection suffisante des données personnelles transférées sur le territoire étasunien. Le Conseil d'État a lui aussi reconnu l'existence d'un risque de transfert de données issues du Health Data Hub vers les États-Unis du fait même de la soumission de Microsoft au droit étasunien. Des garanties supplémentaires ont été demandées en attendant que le projet soit confié à un prestataire européen. Si le gouvernement a confirmé que les données seraient transférées vers un cloud européen, ce ne sera pas avant « l'horizon 2025 » selon la directrice du Health Data Hub.

Le second exemple concerne les aides publiques aux entreprises, et plus précisément deux partenariats conclus entre la banque publique d'investissement Bpifrance et Amazon³⁵. D'une part, Bpifrance a choisi le service cloud d'Amazon pour héberger les attestations des prêts garantis par l'État (PGE) mis en place pendant la pandémie de Covid-19. Or, il s'agit de données sensibles, permettant à Amazon de connaître l'état de santé financière d'entreprises françaises. Comme pour le Health Data Hub, les lois extraterritoriales étatsuniennes s'appliquent et les autorités de ce pays peuvent sous certaines conditions y avoir accès. D'autre part, Amazon et Bpifrance ont conclu un partenariat sur un programme de formation des entreprises françaises au numérique. Bpifrance semblait signifier ainsi qu'Amazon, du fait de sa performance prétendument supérieure, est la principale solution pour numériser les activités commerciales des TPE-PME françaises. Un comble pour une institution dont la mission est de renforcer l'économie française et d'assurer sa résilience et sa souveraineté !

Radicalisation et discours de haine

Google, Facebook et Twitter ont beaucoup été montrés du doigt ces dernières années pour l'espace qu'ils offraient à la diffusion de discours intégristes et d'appels à la haine, à la violence, et en particulier au terrorisme. Mais ils ont aussi réussi à s'imposer comme les outils et les partenaires incontournables pour lutter contre ces phénomènes.

Déjà au moment des débats sur la radicalisation religieuse sur les réseaux sociaux en 2015, les trois plateformes ont conjointement organisé une journée sur le sujet à Paris dans les locaux de Google le 27 mai 2015, soutenue par le gouvernement et des parlementaires. L'année suivante, le gouvernement Valls a contacté Twitter, Facebook, Microsoft, Google et Apple pour s'unir et fonder une structure de lutte contre la radicalisation en ligne, qui n'aboutira finalement pas. Les plateformes ont pu à cette occasion profiter de plusieurs contacts avec le gouvernement, dont des rencontres à Matignon. En 2018, Emmanuel Macron a annoncé une initiative avec Facebook. Surnommée « *Mission Facebook* », elle a rassemblé sept experts et trois rapporteurs permanents issus des ministères et des autorités de régulation compétentes. Entre janvier et février 2019, ces experts et la société Facebook ont échangé et se sont rencontrés à l'occasion de plusieurs journées de travail à Paris et à Dublin³⁶.

La loi du 16 août 2022, transposition du règlement européen TCO (*Terrorist content online*), prévoit que les hébergeurs web (plateformes, réseaux, blogs etc. quelle que soit leur taille) localisés en France doivent retirer les contenus terroristes sur leur plateforme dans un délai d'une heure, sous peine de sanction. Elle prévoit également que certains hébergeurs dits « exposés » mettent en place des mesures techniques de prévention, comme des filtres élaborés par de puissants algorithmes. Cette loi a été largement critiquée. Selon les associations comme la Quadrature du net, elle entraîne d'importants risques de censure, en plus de renforcer la

position des GAFAM. Ces derniers sont en effet les seuls à disposer des moyens humains, techniques et financiers de la mettre en œuvre, contrairement aux autres plateformes, blogs, et autres qui devront soit risquer des sanctions, soit recourir aux outils de censure et de détection automatique développés par les GAFAM. Cette mesure leur donnerait un moyen supplémentaire de détruire leurs potentiels concurrents, dont les réseaux sociaux décentralisés comme Mastodon et PeerTube.

La présence privilégiée de Facebook dans les négociations de ces règles a été dénoncée par les associations, qui ont pointé du doigt les condamnations régulières de la plateforme durant cette même période par les CNIL européennes (y compris en France) pour violation du RGPD et par les autorités de concurrence.

Plus généralement, les GAFAM se sont donc imposés comme un partenaire obligé des gouvernements pour lutter contre la diffusion des contenus haineux et du terrorisme - un problème qu'ils ont eux-mêmes contribué à aggraver. Ils ont d'autant moins rechigné à se mettre à la disposition des États que cela leur ouvrait des portes au sein des administrations les plus stratégiques et potentiellement des marchés très lucratifs. On a observé un phénomène similaire au moment de l'épidémie de Covid-19, où les géants du web ont mis en avant les différents moyens dont ils pouvaient aider les gouvernements à gérer la pandémie et les restrictions sanitaires mises en place. Si Amazon, Google et consorts restent peu actifs sur le marché de la « surveillance » proprement dite, on n'en observe pas moins une tendance à une collaboration de plus en plus étroite entre États et GAFAM dans la « co-gestion » de sujets sensibles ou stratégiques. Des gouvernements de plus en plus engagés dans une dynamique sécuritaire et de contrôle social ne peuvent manquer d'être fascinés par les possibilités que leur offrent les plateformes numériques. Et si les GAFAM deviennent des partenaires de premier plan, ces mêmes gouvernements seront d'autant plus bienveillants et soucieux de ne pas trop nuire à leurs intérêts.



En guise de conclusion

En quelques années, les géants étatsuniens du numérique ont tissé en France une toile d'influence qui n'a rien à envier à celle des poids lourds du CAC40. Malgré les grands discours sur la nécessité de les réguler, les GAFAM ont souvent pu compter sur le soutien appuyé des pouvoirs publics français, et en particulier de l'Élysée.

Il a beaucoup été question ces derniers temps de « souveraineté numérique ». Il devrait être évident qu'un tel objectif requiert bien plus que de favoriser l'émergence de « 100 licornes françaises » qui vendraient des produits ou des services plus ou moins socialement utiles en utilisant les infrastructures des GAFAM.

La « souveraineté numérique », c'est avant tout notre capacité à décider collectivement et démocratiquement des usages que nous souhaitons faire des outils numériques, et dans quelles conditions, et de ne pas subir les usages dont ne nous voulons pas. C'est précisément cette capacité que la toile d'influence des GAFAM contribue à réduire. Son principal ressort est de nous faire croire – ou au moins de faire croire à nos dirigeants politiques – que leur expansion est inarrêtable, et que le monde qu'ils nous préparent est inéluctable.

Face au pouvoir des GAFAM, les leviers d'action sont multiples. Le premier d'entre eux serait sans doute simplement de briser enfin l'enchantement dans lequel ils semblent maintenir une partie des responsables politiques. Il est plus que temps pour les pouvoirs publics de muscler leur expertise dans le domaine numérique, de soutenir véritablement les alternatives aux GAFAM, et de favoriser la montée en puissance de la société civile sur ces sujets.

Cette étude est enfin aussi un nouveau plaidoyer pour un renforcement de l'encadrement du lobbying en France. La toile d'influence des GAFAM, comme déjà les « Uber Files » et des dizaines d'autres scandales, mettent en lumière les insuffisances des dispositifs en place. Des mesures basiques comme la publicité des rendez-vous avec les décideurs ou la transparence des financements seraient de nature à remettre le système dans le sens de la marche, en rappelant de quoi il s'agit fondamentalement au final : de notre capacité à décider publiquement, librement et de manière contradictoire de notre avenir. Pour que la toile ne finisse pas par se transformer en filet où nous resterions prisonniers. ■

Notes

- 1 ["The lobby network: Big Tech's web of influence in the EU"](#), Corporate Europe Observatory, 31 août 2021.
- 2 [« L'offensive d'Uber, Deliveroo et Bolt à Bruxelles contre les droits des travailleurs »](#), l'Observatoire des multinationales, 24 octobre 2022.
- 3 Voir [Lobby Fact](#).
- 4 [« Qui veut en finir avec Airbnb ? »](#), *L'Express* le 8 juillet 2016 et [le projet de loi pour une République numérique](#).
- 5 Voir respectivement sur Twitter [ici](#), [ici](#) et [ici](#).
- 6 Voir [la fiche de Microsoft sur le site de l'HATVP](#).
- 7 L'addition des fourchettes de dépenses crée une fourchette très large pour la somme. Parmi ces entités, le Groupement des éditeurs de services en ligne n'est pas inscrit au registre de la HATVP.
- 8 [integritywatch.eu/ecmeetings.php](#)
- 9 [hatvp.fr/fiche-organisation/?organisation=809869043#&fiche=EVJQ5FX3](#)
- 10 [presse.economie.gouv.fr/section/les-ministres/jean-noel-barrot/#anchor](#)
Juste avant la sortie de ce rapport, le cabinet de J.-N. Barrot a précisé qu'un agenda plus détaillé était cependant disponible en cliquant sur « Télécharger l'agenda ».
- 11 [multinationales.org/IMG/pdf/pfuesousinfluence.pdf](#)
- 12 [github.com/alphoenix/donnees/blob/master/lobbies-gafamut/rencontres-france.csv](#)
- 13 [« Macron, Amazon et Google : des documents que l'Élysée a voulu garder « secrets » démontrent une grande proximité »](#) *Mediapart*, 13 juillet 2022.
- 14 [« Les dessous de l'incroyable soutien du gouvernement à Amazon »](#), *Challenges*, 6 juin 2021.
- 15 [« Amazon à Rouen : Macron a "déroulé le tapis rouge à Jeff Bezos" »](#), *Reporterre*, 15 février 2022.
- 16 [« Ce que dit le rapport gouvernemental sur les impacts du commerce en ligne »](#), *Contexte*, 11 mars 2021.
- 17 ["From Facebook friends to lobby consultants"](#), Corporate Europe Conservatory, 22 octobre 2020.
- 18 Ce décompte s'appuie sur des recherches sur le web et les réseaux sociaux, notamment LinkedIn.
- 19 ["Big Tech brings out the big guns in fight for future of EU tech regulation"](#), Corporate Europe Conservatory, 11 décembre 2020.
- 20 Rapport [« Travailleurs des plateformes : liberté oui, protection aussi »](#), Institut Montaigne, avril 2019.
- 21 [« Pour des champions européens du numérique et de l'innovation »](#), Choiseul, 19 octobre 2021.
- 22 [« Une présidence sous influence : les priorités biaisées de la France pour l'UE »](#), l'Observatoire des multinationales, 20 décembre 2021.
- 23 ["Digital News Innovation Fund Impact Report"](#), Google News Initiative.
- 24 [« Comment l'État et les Gafam financent la presse des milliardaires »](#), *Mediapart*, 22 juin 2022.
- 25 ["Exclusive: Google's \\$76 million deal with French publishers leaves many outlets infuriated"](#), Reuters, 12 février 2021.
- 26 [« Comment l'État et les Gafam financent la presse des milliardaires »](#), *Mediapart*, 22 juin 2022.
- 27 [« Pourquoi CheckNews ne fait plus de fact-checking avec Facebook »](#), *Libération*, 7 mars 2021.
- 28 [« Droits voisins : entre les quotidiens et Facebook, un accord à 25 millions de dollars »](#), *La Lettre A*, 10 décembre 2021.

- 29 Voir [ce post Twitter](#).
- 30 [« Google France inaugure son centre de recherche fondamentale en IA », Numerama, 19 septembre 2018.](#)
- 31 Voir [ce post Twitter](#).
- 32 [« Numérique : Le ministère ouvre l'École à Google ? », Le Café Pédagogique, 16 mai 2017.](#)
- 33 [« Réseau Canopé : des ateliers consacrés à l'auto-édition avec Amazon », Aldus, 11 mai 2016.](#)
- 34 [« Les "évaluations nationales" des élèves sont-elles stockées par Amazon ? », Libération, 26 septembre 2018.](#)
- 35 [« Prêts garantis par l'État. Pourquoi Bpifrance fait appel aux services d'Amazon », Ouest France, 5 février 2021.](#)
- 36 Voir [le rapport de mission Régulation des Réseaux Sociaux](#).



Rapport publié en décembre 2022.

RECHERCHE ET ÉCRITURE Chiara Pignatelli et Olivier Petitjean

GRAPHISME Zeldia Mauger

REMERCIEMENTS Lora Verheecke, Martin Drago, Étienne Gonnu, Étienne Coubarg, Ronan Groussier

