

Julien Nocetti

LES GAFAM

*Que
sais-je?*

À lire également en *Que sais-je ?*

COLLECTION FONDÉE PAR PAUL ANGOULVENT

Xavier Niel, Dominique Roux, *Les 100 mots de l'Internet*, n° 3809.

Nicolas Arpagian, *La Cybersécurité*, n° 3891.

Pierre Delort, *Le Big Data*, n° 4027.

Catherine Blaya, *La Cyberviolence*, n° 4302.

Patrick Cingolani, *L'Uberisation*, n° 4314.

ISBN 978-2-7154-2788-4

ISSN 0768-0066

Dépôt légal – 1^{re} édition : 2026, mars

© Que sais-je ?/Presses universitaires de France, 2026
170 bis, avenue du Montparnasse, 75014 Paris

Abréviations

AFP	Agence France-Presse
API	Application Programming Interface
AWS	Amazon Web Services
CDN	Centre de diffusion de contenu
CIA	Central Intelligence Agency
CNUCED	Conférence des Nations unies sur le commerce et le développement
DARPA	Defense Advanced Research Projects Agency
DMA	Digital Markets Act
DSA	Digital Services Act
FBI	Federal Bureau of Investigation
FGI	Forum sur la gouvernance de l'Internet
GPS	Global Positioning System
GPU	Graphics Processing Unit
IA	Intelligence artificielle
IRA	Internet Research Agency
NSA	National Security Agency
NSF	National Science Foundation
OCDE	Organisation de coopération et de développement économique
OTT	Over the Top
PCC	Parti communiste chinois
SBA	Small Business Act
TVA	Taxe sur la valeur ajoutée
UE	Union européenne
VLOP	Very Large Online Platforms
VLSE	Very Large Search Engines
VOC	Vereenigde Oostindische Compagnie

Introduction

Les grandes plateformes américaines du numérique, plus connues en France sous l'acronyme GAFAM (Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft), sont devenues des acteurs à part entière des relations internationales. Pas un jour ne passe sans que l'actualité industrielle, financière, politique et même géopolitique ne convoque ces entreprises privées, dont la puissance est inédite à l'échelle de l'histoire.

Si « GAFAM » est devenu au fil des années un nom commun pour désigner les sociétés emblématiques du numérique, l'acronyme renvoie également à une série d'hyperboles qui innervent le débat public et scientifique. « Géants du numérique », « États-plateformes », « *Big Tech* », « cartels de la donnée » : les périphrases qui désignent les GAFAM sont entrées dans le vocabulaire courant et illustrent un fait majeur du premier quart du ^{xxi}^e siècle, celui de la poussée irrésistible des firmes technologiques de l'information et de la communication – poussée souvent favorisée par la démesure des ambitions manifestées par les fondateurs et patrons de ces entreprises.

L'ascension de ces cinq sociétés a été spectaculaire : celles-ci ont su exploiter les diverses capacités de l'informatique mise en réseaux et ont largement contribué à son expansion mondiale et à sa démocratisation. Elles ont favorisé une nouvelle sociabilité en transformant les formes et les méthodes de tous les échanges. Elles sont aussi le produit d'aventures individuelles ou

d'équipes resserrées passées en quelques années de la recherche-développement dans un format artisanal à la conquête de la mondialisation et d'immenses fortunes personnelles. Les GAFAM sont à la fois l'incarnation et l'avant-garde d'un ensemble de firmes actives dans les mêmes domaines, où celles-ci occupent désormais une position dominante.

Les GAFAM sont les vecteurs d'une culture américaine – ou, plus précisément, californienne – d'esprit et de vision du monde. La capacité d'attraction de la Silicon Valley demeure considérable malgré les scandales liés aux révélations de l'ancien contractuel de la *National Security Agency* (NSA) Edward Snowden en 2013 sur l'ampleur de l'espionnage numérique des États-Unis, ou aux fuites de données massives et régulières ayant impliqué Facebook. Les succès des GAFAM ne sont pas seulement dus à la bienveillance du pouvoir fédéral américain malgré la porosité historique entre le milieu de la sécurité nationale et le secteur technologique. Ces entreprises disposent de capacités d'innovation technologique conséquentes, dont le corollaire se situe dans une remarquable aptitude à attirer les meilleurs « cerveaux » du monde entier.

Ces acteurs sont géants en termes financiers, monopolisent leurs marchés, desservent des clients sur toute la planète, agissent sur notre vie quotidienne et contournent fréquemment les cadres fiscaux des États. Leur toute-puissance n'échappe à personne. Vendeuse de livres en ligne au départ, l'entreprise Amazon s'est transformée en place de marché à vocation mondiale et s'est muée en *leader* des services informatiques en nuage (*cloud*). Google, lancé comme un moteur de recherche dans le Web balbutiant de la seconde moitié des années

1990, est devenu l'acteur privé possédant probablement le plus de données sur les utilisateurs d'Internet dans le monde (hors Chine). Apple, l'un des précurseurs de l'informatique personnelle dans la décennie 1980, a révolutionné les usages numériques en lançant le premier *smartphone* en 2007 et soulevé une myriade d'enjeux corollaires, de la préservation de la vie privée à l'ère du tout-numérique au militantisme citoyen et politique, en passant par la problématique de la souveraineté technologique. Facebook, du trombinoscope lancé de manière artisanale sur le campus de l'université Harvard, est devenu en l'espace de quelques années seulement la grille de lecture principale sur le monde de plus de deux milliards d'individus-utilisateurs.

Devenus l'épine dorsale de l'économie mondiale en moins de trois décennies, les GAFAM collectionnent ainsi les superlatifs tant ils semblent revêtir une apparence d'invincibilité et brouillent les frontières entre les secteurs économiques, entre les États, et entre les sphères publiques et privées avec l'extension de l'appropriable dans le domaine des données. Cependant, s'ils contribuent à renforcer de nombreuses interdépendances sur le plan mondial, les GAFAM ne sont pas immunisés des rapports de pouvoir qui se déploient aux échelles locale, régionale et internationale. Si leur vocation est transnationale et s'ils cherchent en général à se dissocier de l'État fédéral américain, ils n'en contribuent pas moins à une géopolitique du numérique marquée par une vive compétition internationale, le plus souvent resituée dans sa perspective sino-américaine.

Ces entreprises caractérisent aussi les dimensions et les limites de la mondialisation. Elles dominent le monde occidental, mais des obstacles techniques freinent leur essor en Afrique, tandis que des raisons

profondément politiques font obstacle à leur expansion en Chine, en Russie, en Iran et dans d'autres pays qui s'opposent autant à l'hégémonie américaine qu'aux libertés fondamentales. Plus généralement, l'ensemble des États tend désormais à s'inquiéter de la puissance incontrôlée de ces *Big Tech*, qui cherchent à s'affranchir des règles et disciplines publiques, tout en pénétrant dans la vie privée de leurs utilisateurs pour en faire commerce.

Incarnation d'un « capitalisme de surveillance » irrésistible jusque dans les démocraties libérales¹, les GAFAM seraient également les avatars d'un « colonialisme numérique » qui obérerait l'autonomie technologique des États et la dynamique d'innovation des entreprises de taille plus modeste. Enfin, leur rôle critique – différencié selon les « GAFAM » concernés – dans la dissémination d'informations biaisées ou falsifiées, ou dans la croissance de phénomènes psychosociaux chez les jeunes utilisateurs de plateformes sociales renvoie vers une forme d'urgence à se saisir des risques que ces multinationales font peser sur nos systèmes démocratiques en tension.

1. S. Zuboff, *The Age of Surveillance Capitalism*, New York, PublicAffairs, 2019.

L'identité des GAFAM

L'acronyme GAFAM – et les déclinaisons qui ont éclos par la suite dans le débat public – fait référence à des fleurons de la technologie américaine *et* dénonce des monopoles d'un genre nouveau. Si l'expression n'est pas communément employée dans toutes les régions du monde, elle permet de décrire de façon originale les mues de la puissance économique et politique des États-Unis contemporains.

I. – L'acronyme GAFAM : évolution et enjeux

1. **Une sémantique évolutive.** – Il est relativement rare qu'un acronyme désignant plusieurs sociétés, comme GAFAM, s'impose avec autant de force dans le débat public. Apparu au milieu des années 2000, il connaît un pic d'utilisation à partir de 2015, lorsque le pouvoir de ces sociétés apparaît si imposant que s'engage un débat politique, essentiellement en Europe, quant à leur puissance et la nécessité de les réguler, voire les démanteler.

L'expression « GAFA » a été la première à prendre racine et rassemble quatre entreprises créées aux États-Unis : Google, Amazon, Facebook et Apple. L'adjonction du M de Microsoft – pour former le

sigle GAFAM – s’est produite peu de temps après, sans revêtir le moindre caractère formel cependant, à un moment charnière dans l’évolution de la stratégie d’entreprise du géant de Redmond. Au milieu de la décennie 2010, en effet, Microsoft acquiert le réseau social professionnel LinkedIn pour une somme record (26 milliards de dollars) et entame une diversification majeure dans le *cloud computing* (par le biais de sa filiale Azure) et l’intelligence artificielle, tout en renforçant son empreinte dans l’industrie des jeux vidéo.

Si l’expression GAFAM semble s’enraciner en France et dans une partie de l’Europe, permettant de donner un embryon de cadre conceptuel à l’essor d’un phénomène économique incontestable, elle n’en est pas moins sujette à certaines limites. Une première nuance peut être apportée au sujet du caractère figé d’un tel acronyme, qui ne permet pas de saisir les dynamiques à l’œuvre dans un secteur, l’innovation numérique, où se déploient d’intenses batailles concurrentielles et où les conglomérats changent parfois d’appellation. Ainsi en est-il de Google, devenue l’une des sociétés de la maison mère Alphabet en 2015, ou de Facebook, intégré au groupe Meta (aux côtés de WhatsApp et Instagram) à partir de 2021. Dans ces deux cas, le A d’Alphabet et le M de Meta remplacent donc respectivement le G de Google et le F de Facebook dans certains des sigles suggérés dans les débats publics et scientifiques. À titre d’exemple, GAMMA, ou son anagramme MAGMA, ont émergé de façon progressive depuis la pandémie de Covid en 2020.

Une deuxième nuance a trait à l’absence, dans cet acronyme, d’entreprises qui se sont distinguées plus tardivement par leur émergence et leur développement commercial exponentiel ou par leur réorientation