

## Lobbying et influence à tous les étages : ces géants du web qu'on pourrait tout aussi bien appeler désormais des poids-lourds politiques



Les grandes entreprises de la tech n'ont jamais dépensé autant d'argent pour faire du lobbying. Une stratégie à court terme pour éviter les sanctions, et à moyen ou long terme pour imposer plus facilement leur vision du monde. Regards croisés de Bernard Benhamou et Franck DeCloquement.

Avec Bernard Benhamou

Avec Franck DeCloquement

Atlantico : Les grandes entreprises de la tech n'ont jamais dépensé autant d'argent pour faire du lobbying, le champion toute catégorie en la matière étant Google. Comment expliquer cette hausse ? Est-ce que la transversalité de ces entreprises serait une explication suffisante ?

**Bernard Benhamou** : Suffisante peut-être pas, mais c'est vrai. Il y a deux choses. D'abord le fait que ces entreprises ont bondi en termes de croissance et de capitalisation de manière considérable ces dernières années. Par définition, leurs sujets sont devenus des sujets qui touchent à la totalité des secteurs économiques. On peut citer Amazon qui a racheté WholeFood. On peut dire qu'aucun secteur n'est pas touché directement ou indirectement par eux.

Sécuriser le champ de leur régulation et du politique au sens large est d'autant plus indispensable. Ils ont intérêt à s'inscrire dans tous les secteurs de la régulation. Depuis la régulation bancaire en passant par la sécurité, ou encore par l'opinion (et donc la liberté d'expression). Apple permettra bientôt l'échange d'argent de personnes à personnes à travers Apple Pay. Par définition, toute la régulation fiscale et bancaire devra se pencher sur ces questions et l'entreprise se préoccupe déjà de l'impact et de l'image qu'elle aura auprès des différents régulateurs.

Et là on ne parle que de la partie émergée de l'iceberg. On se rend bien compte que la sécurité juridique et politique de ces entreprises devient un de leurs axes stratégiques. Eric Schmidt, PDG de Google de 2001 à 2011, était clair dans son livre. Il disait que les Etats étaient relativement inefficients et que par définition les sociétés comme la sienne avaient vocation à les remplacer dans les secteurs clés.

Le symbole absolu de cela, qui n'est évidemment pas encore certain, c'est la possibilité de voir un Zuckerberg se présenter à l'élection de 2020. On voit bien que l'on a changé d'époque et que le pouvoir que lui donne Facebook pourrait constituer un levier (comme Palantir avec Trump) pour atteindre ce but éventuel. Si le scénario se confirme, il disposerait d'un trésor de données sur les individus que personne avant lui n'a pu avoir.

**Franck DeCloquement** : Bénéficiant d'une réputation plutôt sulfureuse en France dans l'esprit du grand public, plus que dans les pays de culture anglo-saxonne, rappelons très schématiquement en préambule que les « actions de lobbying » ont pour objectif premier « d'influencer » et de « peser » sur les décisions publiques ou politiques prises dans les cabinets ministériels, au sommet des

appareils d'Etat, dans les assemblées nationales ou les instances internationales. Et ceci, afin de faire que ces dernières puissent coïncider avec les attendus stratégiques que déploient les firmes concernées, qui cherchent évidemment à peser toujours plus commercialement. Chacune a donc ses propres objectifs stratégiques à faire valoir, qu'il s'agisse de faire plier dans un sens ou dans l'autre les législations nationales en vigueur sur la vie privée des internautes, l'usage des drones, l'avenir des véhicules autonomes, le déploiement des taxes antipollution, etc...

Pour évaluer la réalité des actions de lobbying et d'influence à cette échelle, il est souvent nécessaire de croiser plusieurs types de sources. Transparency International qui lutte en outre contre les pratiques de corruption, avait par exemple rendu public dès le 24 juin 2015, un rapport très édifiant concernant le chiffrage des actions de lobbying, effectuées au sein même de l'Union européenne. Et à ce titre, les deux firmes géantes Google et Microsoft y étaient déjà décrites comme les sociétés high-tech les plus actives en la matière. Selon les données recueillies à l'époque, Microsoft aurait envoyé 7 lobbyistes dans 17 réunions tenues à Bruxelles, au premier semestre 2015. La multinationale disposait par exemple de l'un des budgets les plus conséquents du moment, d'un montant de 4,5 millions d'euros environ. Avec plus de 3,5 millions de dollars dépensés sur la même période, la firme Google se positionnait déjà dans la grille de ce classement à la seconde place des sociétés du secteur des hautes technologies.

Sous la plume experte du spécialiste Guillaume Belfiore pour le site *Clubic.com*, il apparaissait également à travers ce rapport très fouillé, passant au crible plus de 4300 réunions de lobbying effectuées par les membres de la Commission européenne, entre décembre 2014 et juin 2015, que 75 % des participants étaient des groupes privés. Leur objectif prioritaire ? : « *Influencer les décisions politiques menées au sommet afin de coller aux stratégies de l'entreprise* ». Sur les six derniers mois de 2015 considérés par cette enquête : « *Microsoft a envoyé 7 lobbyistes dans 17 réunions, et la multinationale a allongé le budget lobbying le plus important : 4,5 millions d'euros. Respectivement positionnés en seconde, troisième et quatrième places, Shell, Exxon et Deutsche Bank ont pour leur part consacré entre 3,9 et 4,5 millions d'euros au lobbying. Google est en sixième place avec 3,5 millions d'euros* »

Mais la célèbre firme américaine de Mountain View en Californie n'en restait pas moins la plus active, puisqu'elle avait participé à 29 réunions selon cette étude : « *sur les 7821 organisations répertoriées au sein du Registre de Transparence de l'Union européenne - le rapport des lobbyistes de Bruxelles - 4879 cherchent à influencer les décisions politiques* », est-il ainsi établi dans le rapport du groupe *Transparency International*. A noter que Facebook, aux prises avec les autorités européennes sur la question de la vie privée, n'était alors pas mentionné dans le rapport considéré. En revanche, la firme Chinoise Huawei en action de pénétration sur le marché des infrastructures Telecom sur le vieux continent, avait participé quant à elle, à 7 réunions, et dépensé 3 millions d'euros...

Si l'on prend en considération l'année 2015 dans sa globalité, la donne est tout autre et augmente encore d'un cran. Cette fois, c'est le site <http://www.consumerwatchdog.org> qui partage des chiffres récemment publiés par le *secrétariat de la chambre des Représentants des Etats-Unis* (<http://disclosures.house.gov/ld/ldsearch.aspx>).

Ainsi, pour l'année 2015, Google aurait déboursé au total 16,66 millions de dollars contre 16,83 millions de dollars en 2014. En seconde position, on retrouvait le groupe Comcast avec 15,63 millions de dollars. Les dépenses de Microsoft se sont de leurs côtés élevées à 8,49 millions de dollars, contre 8,33 millions l'année précédente. Facebook a investi 9,85 millions de dollars contre 9,97 millions pour , 4,4 millions pour , 2,69 millions pour Cisco, 4,63 millions pour IBM, 4,55 millions pour Intel, 4,46 millions pour Oracle ou encore 2,84 millions pour ! A la lecture de ces chiffres, on peut aisément mesurer « *la puissance de feu* » de firmes géantes considérées, en matière d'influence et de pression exercée. L'importance des dépenses en matière d'action de lobbying, d'influence et de soutien à des structures de recherche et de réflexion croît chaque année. Avec 9,5 millions de dollars distribués à des cabinets d'influence et de relations publiques au premier semestre 2017, la firme se classe grande première aux Etats-Unis. De surcroit, on note que le nombre d'associations et d'ONG que la firme finance a très largement augmenté depuis que a rendu publique la liste de ses bénéficiaires. Ceux étant allègrement passés ses dernières années, de 45 à plus de 168.

*Cliquez sur les images pour les agrandir*

- 
- 
- 

## **Financement de think tanks, d'experts, de personnalités médiatiques ou même d'étudiants boursés), promotion auprès des élus ou des administrations aux Etats-Unis... A termes quel est l'objectif pour ces grandes entreprises ?**

**Bernard Benhamou** : Penser que ces mastodontes n'ont pas d'objectifs politiques serait d'une grande naïveté. L'exemple le plus récent étant l'opposition de l'essentiel des GAFA aux mesures anti immigration de Donald Trump. S'opposer à ces réformes est un acte politique. Est-ce qu'il y a un autre agenda politique ? Je pense que oui, par exemple concernant Google et sa tentation transhumaniste. On voit bien qu'il s'agit là d'une politique au plus grand sens que puisse avoir le mot, c'est-à-dire le devenir de l'espèce humaine en général.

On surnomme déjà, pour les dénigrer, ceux qui s'opposent à cette tentation des "bioconservateurs". On essaiera de les faire passer pour des ringards et c'est même déjà le cas. On essaiera de faire croire que ce sont des gens qui s'opposent au progrès, à la possible amélioration de l'espèce humaine. On sait très bien, surtout en cette période de repli identitaire, que ces arguments font mouche.

Concrètement, oui, il y a un agenda politique et un agenda qui est différent en fonction des sociétés. Dans le cas d'Alphabet (Google) c'est un agenda tout azimut : surveillance, opinion publique, devenir humain, organisation de nos sociétés... Les investissements de l'entreprise et les recrutements des directeurs de recherche, à l'instar de Raymond Kurzweil, sont extrêmement révélateurs de leurs orientations politique et stratégique pour les décennies qui viennent.

**Franck DeCloquement** : Les critiques des actions de lobbying soulignent souvent l'énorme pouvoir de l'industrie technologique, pour définir les termes du débat public à Washington. Suite à l'accession de Donald Trump à la Maison-Blanche en 2016, on constate en

effet que les grandes firmes industrielles de la haute technologie ont dû naviguer en terrain miné, non seulement dans le nouveau contexte politique d'un congrès américain contrôlé par une majorité républicaine, mais aussi dans le cadre d'une nouvelle administration Trump dont les décisions idéologiques sont très souvent controversées et entrent en contradictions avec les convictions personnelles des grandes figures de la Silicon Valley...

Décisions présidentielles d'ailleurs peu enclines à « s'ajuster » en fonction des intérêts stratégiques et commerciaux bien compris des géants de la Silicon Valley, comme cela avait pu souvent être le cas sous la présidence Obama. « *Certaines entreprises de haute technologie sont nées dans un contexte où le président des Etats-Unis précédent s'est largement aligné sur eux* », a déclaré en substance Julie Samuels, la directrice exécutive de Tech: NYC, un groupe qui représente les entreprises de technologie basées à New York. « *Donc, beaucoup de gens se préoccupent désormais à rechercher la meilleure façon de prospérer, dans un contexte où existent des tensions* ». Cette hausse substantielle des dépenses en matière d'action de lobbying coïncide sans aucun doute avec ce changement radical « d'ambiance » et cette modification du « paysage politique » à Washington. Au cours des premiers mois de la nouvelle présidence, les dirigeants de Silicon Valley se sont plusieurs fois affrontés à Donald Trump, suite à ses prises de positions très controversées afin d'imposer l'interdiction de voyager ou la venue d'immigrés hautement qualifiée aux Etats-Unis ; affectant plusieurs pays à majorité musulmane ; mais aussi sur l'éducation, sur les lois antitrust américaines et internationales, sur les règlements relatifs à la protection de la vie privée et à la liberté d'expression, ou encore sur le retrait des Etats-Unis des accords climatiques de Paris. « *Alors que ces politiques ont peu d'incidence sur les choix des entreprises de la Silicon Valley, elles montrent néanmoins l'abîme politique et les chemins escarpés qui doivent être parcourus entre cette administration, et les dirigeants de cette même Silicon Valley* », avait déclaré en substance Vincent Harris, le directeur général de Harris Media, qui avait en outre dirigé la stratégie digitale de Rand Paul en lice dans la course à la Maison-Blanche, ainsi que celle de Ted Cruz.

C'est en outre ce que relatait cet été dans son article paru dans le Washington Post en date du 21 juillet 2017, le journaliste Hamza Shaban. Il constatait que les géants du net n'hésitaient désormais plus à dépenser des millions de dollars pour « influencer » le pouvoir politique à Washington, à travers les élus. Et selon ses sources, les sociétés de la High Tech auraient d'ailleurs déboursé à cet effet, un volume d'argent considérable en matière de lobbying, au nombre desquels Amazon, Apple et Uber. Google Inc. Cette dernière aurait déboursé à cet effet la coquette somme de 5,93 millions de dollars entre le 1er avril et le 30 juin 2017, plus que toute autre société au deuxième trimestre. C'est environ 40% de plus qu'il n'avait été dépensé pendant la même période, l'année précédente. Les trois entités qui avaient en parallèle investi le plus d'argent dans des opérations de lobbying étaient la chambre de commerce des Etats-Unis (11,68 millions de dollars), l'Association nationale des agents immobiliers (10,92 millions de dollars) et la Pharmaceutical Research and Manufacturers of America (6 millions de dollars).

Ces efforts financiers records en matière d'investissements dans les actions de lobbying de Google surviennent alors même que le géant de la High Tech faisait face en parallèle à la plus grosse amende que l'Union européenne ait jamais infligée à une entreprise, pour abus de position dominante sur les marchés : soit une somme totale de [2,7 milliards de dollars](#) prompts à « remodeler » le comportement de l'entreprise si d'aventure celle-ci ne parvenaient pas à contourner ou en capacité de contrebalancer cette décision. En conséquence, les géants de l'industrie High Tech comme Google et d'autres acteurs emblématiques des industries de haute technologie sont sans aucun doute en passe de s'adapter à un nouveau contexte économique et politique, bien différent de la précédente administration Obama. Et ces derniers mois, certaines voix se sont élevées à Washington à cet effet, appelant d'ailleurs à « un contrôle accru des plates-formes dominantes » relate Hamza Shaban dans le Washington Post.

- Amazon dirigé par Jeffrey P. Bezos, également propriétaire du Washington Post, a réduit de 3,2 millions de dollars ses dépenses en actions de lobbying, contre 3 millions de dollars à la même période l'année passée. Dans l'interstice, Hamza Shaban constate que le titan du commerce électronique a fait pression sur le Congrès, la Maison-Blanche et plusieurs agences fédérales, y compris la NASA, la Federal Aviation Administration et la Federal Trade Commission. Comme le détaillant en ligne a cherché à faire pression sur les décideurs pour une foule de problèmes, y compris les drones, les frets aériens et les véhicules autonomes, la firme a annoncé son intention d'acheter Whole Foods pour la somme de 13,7 milliards de dollars. Mais l'hypothèse de cette acquisition a déclenché certaines [préoccupations « antitrust » parmi les législateurs](#) qui souhaitent par ailleurs évaluer comment cet accord pourrait affecter négativement les épiceries concurrentes et les prix.

- Apple de son côté a dépensé 2,2 millions de dollars, ce qui représente une augmentation de près de 80% par rapport aux 1,23 millions de dollars de l'exercice précédent. Le créateur de l'iPhone a fait pression sur le Congrès, le Département des transports et la Food and Drug Administration, entre autres. Et la société a également déployé des actions de lobbying consacré à ses préoccupations en matière de véhicules autonomes, d'applications mobiles pour la santé mais aussi concernant les réformes fiscales internationales.

- Uber, qui a connu une année particulièrement troublée, avait dépensé 430 000 \$ au cours du deuxième trimestre, soit environ 40% de plus que son chiffre d'affaires pour le même trimestre de l'année 2016, et à peu près égal au montant total dépensé pour l'année 2015.

- Alors que Facebook et Microsoft n'avaient pas de dépenses de lobbying record pour le deuxième trimestre, ils ont tous deux relevé leurs efforts financiers en la matière. Facebook a dépensé à cet effet 2,38 millions de dollars pour faire pression auprès du gouvernement fédéral. Une dépense en hausse par rapport aux 2,19 millions de dollars de l'année précédente. La société aurait fait pression sur les deux chambres du Congrès, la Maison-Blanche et six agences fédérales concernant des questions liées au terrorisme, à la neutralité du Web, à la confidentialité sur Internet, le cryptage et la fiscalité internationale. La firme Microsoft a dépensé quant à elle 2,07 millions de dollars, correspondant à peu de chose prêté au total des dépenses de l'année dernière. Elle a fait pression sur le Congrès, le Département de la Sécurité intérieure, et le Département d'Etat, entre autres administrations. Ses actions ont porté majoritairement sur des questions liées à la cybersécurité, à l'immigration hautement qualifiée et à l'accord sur le climat de Paris. Mais aussi, sur les règles de fiscalité à l'international. Microsoft a dépensé 2,07 millions de dollars, ce qui correspond au total de l'année passée. La firme a fait pression sur le Congrès, le Département de la Sécurité intérieure et le Département d'Etat, entre autres, et a fait porter ses actions d'influence sur des questions relatives à la cybersécurité, à l'immigration hautement qualifiée et à l'accord climatique sur les accords de Paris.

Les efforts combinés de lobbying des entreprises technologiques les plus influentes de la Silicon Valley - Google, Facebook, Amazon, Apple et Microsoft - ont totalisé 15,79 millions de dollars. Selon une vaste enquête publiée en juillet dernier dans le Wall Street Journal, la firme Google sponsorise en direct de très nombreuses publications de spécialistes-chercheurs. Et ceci, plus spécifiquement dans des domaines connexes à ses activités prioritaires, à l'image du droit de la concurrence ou des problématiques

liées à l'usage des données personnelles... Toutefois, le Wall Street Journal fait également mention de plusieurs cas spécifiques où ce soutien possiblement générateur de conflit d'intérêts, n'est que très rarement mentionné dans les travaux. Le quotidien constate de surcroît que des chercheurs font relire leurs billets avant publication à des cadres de la firme californienne. Les actions d'influence de Google ne se limitent pas au seul secteur de la recherche. Le groupe emploie aussi de très nombreux lobbyistes, chargés de promouvoir ses intérêts auprès d'administrations d'Etats et d'élus à Bruxelles, à Paris comme à Washington. Le mastodonte du secteur de la High tech dépense désormais le plus gros budget de toutes les entreprises américaines dans le lobbying. Un rôle autrefois dévolu aux géants du tabac, de l'armement ou des firmes pétrolières, désormais très largement distancés par les entreprises de la Silicon Valley...

## **En France et en Europe le lobbying se veut plus discret par construction. Pour autant peut-on retrouver le même phénomène et les mêmes acteurs ? Dans quel but encore une fois ?**

**Bernard Benhamou** : Nous sommes aujourd'hui la vache à lait des GAFAs. Nous sommes l'une des premières plateformes en termes de consommation et de gisement de ressources. La plupart des GAFAs sont en phase de plateau et se tournent vers de nouveaux marchés en Asie et en Afrique. Ceci dit, le continent européen reste de très loin le premier marché en valeur.

Logiquement, tout ce qui peut affecter ce plateau, faire en sorte que les Américains n'aient plus la possibilité d'aspirer et traiter les données vers les Etats-Unis comme ils l'ont fait depuis le début des années 2000 par exemple, est déjà analysé par eux comme un risque stratégique. Aujourd'hui on voit que ces entreprises sont déjà en train d'investir dans des datacenters en Europe en prévision d'un durcissement possible des lois européennes. Ils se rendent compte que les crises instillent la possibilité que l'Europe ferme complètement les vannes un jour en obligeant les entreprises à conserver les données sur le territoire dans lequel elles ont été extraites.

Certains diront que c'est exactement ce que proposent la Russie, la Chine et d'autres pays peu connus pour leur démocratie. Certes, mais dans un climat démocratique comme le nôtre, le fait d'installer un système du type qui réponde au droit européen me semble plus sécurisant que ce qui a été fait jusque-là.

Par définition, notre intérêt est de développer notre écosystème et ne pas agir uniquement sur les questions fiscales comme on le fait aujourd'hui. Il faut le faire mais c'est largement insuffisant. Il faut créer un écosystème européen et nous en sommes très loin.

De leur point de vue, il faut éviter qu'émerge une Europe politique consciente des enjeux. Leur but est d'éviter une unification qui serait contraire à leurs intérêts immédiats et à long termes. Faire tout pour que des pouvoirs locaux ou hyper locaux se renforcent et au contraire éviter que des pouvoirs nationaux ou transnationaux ne le fassent. C'est une stratégie globale qui emprunte de nombreux chemins et dont les voies ne sont pas monolithiques et qui, in fine, a pour but d'une part de sécuriser l'assise de ces entreprises tout en leur permettant de continuer à se développer de manière tentaculaire.

Ensuite, les GAFAs étant devenus monopolistiques par nature, les lois antitrust sont une menace évidente pour eux et donc contre lesquelles elles font du lobbying. Un bon exemple serait le fonds Google pour l'Innovation Numérique de la Presse. Toutes les actions qui ont été menées en Europe tournaient autour de l'abus de position dominante. Pour essayer de lâcher du lest, on a eu une action de Google qui a consisté à dire "plutôt que d'être sanctionné nous voudrions que cet argent puisse compenser ce que vous considérez être des pertes qu'auraient eu à connaître les organes de presse", une manœuvre qui a permis d'éviter la sanction et d'étendre leur influence sur les entreprises de presse.

Autre exemple de lobbying, le fait de débaucher des spécialistes au sein de l'Etat, comme l'ancien numéro 2 de l'Arcep arrivé chez Google, est une action à double détente. On acquiert un savoir-faire important sur les mécanismes français et européens et aussi un carnet d'adresse pour être en mesure de faire valoir ces thèses.

Globalement, le but est d'éviter que ne se crée et ne se cristallise des opinions défavorables contre eux dans tous les secteurs. Il n'y a plus que les lois antitrust. La stratégie globale du lobbying en Europe est d'instaurer, de mettre en place un climat qui soit favorable, ou tout du moins non hostile, à leurs actions à court, moyen ou long termes. Court pour les sanctions, moyen pour l'évolution des services (comme Amazon pour les drones, Apple sur le secteur bancaire) et le long termes c'est Google sur les questions de transhumanisme.

**Franck DeCloquement** : Les actions de lobbying et d'influence des très grands groupes industriels sont en effet traditionnellement plus discrètes chez nous ; ou « moins médiatisées » ; que dans les pays anglo-saxons. Pour autant, ici comme ailleurs, l'influence profonde - et souvent déterminante des entreprises et des firmes américaines de haute technologie - s'exerce sur les décisions régaliennes et gouvernementales clés. De celles qui impactent en profondeur nos sociétés démocratiques : à la fois les consommateurs que nous sommes, mais aussi certains arbitrages régaliens liés aux usages sociaux et commerciaux de l'internet et des réseaux. Cette fameuse « République des réseaux » en quelque sorte, vue de France. Pleine de promesse à n'en pas douter, mais aussi grosse de nombreux périls. On pense en effet immédiatement aux contrats d'exclusivité en matière de défense, qui lient notre pays à ses alliés traditionnels que sont les Etats-Unis et ses firmes toutes puissantes de haute technologie issues de la Silicon Valley. Les cas Palantir Technologie, ou Microsoft avec son système d'exploitation Windows sont à ce titre emblématique et ont déjà fait couler beaucoup d'encre.

Dans un autre registre, la firme Google a dernièrement été accusée d'avoir exercé des pressions labiles sur un think tank bien connu à Washington, la fondation « New America ». Et ceci, afin d'obtenir le départ de l'un de ses experts Barry Lynn, un personnage qui aurait été jugé un peu trop critiques à l'égard de la célèbre firme américaine de Mountain View, en Californie. Cas emblématique ou anecdotique ? Il faut peut-être ici se rappeler que cet auteur est aussi le rédacteur d'un texte critique approuvant la récente amende-record infligée par la commission européenne au géant de la Silicon Valley. En l'occurrence, le cercle de réflexion New America fort de 200 salariés, compte Google parmi ses dix principaux sponsors, mais également Eric Schmidt et sa famille - le président d'Alphabet, le conglomérat qui rassemble toutes les activités de Google - donateurs d'un généreux montant d'un peu plus de 20 millions de dollars de subsides depuis l'année 1999. Le texte de Lynn avait été brièvement retiré du site de la fondation, avant d'être remis en ligne sans autre forme d'explication. Barry Lynn a par la suite été informé que la New America souhaitait mettre fin au projet Open Markets, que celui-ci dirigeait dans le cadre de ce think tank américain. Dans un courriel auquel le New York Times aurait eu accès, la présidente de la fondation expliquerait en substance que cette décision ne serait pas liée au contenu du travail de Barry Lynn, mais que ses activités

---

mettaient « *en péril l'institution dans son ensemble* ». Selon des extraits de courriels internes publiés par le site d'investigation The Intercept, l'administration de la fondation craignait visiblement de voir ses financements se réduire à peau de chagrin, juste après la publication des critiques de Lynn qui visaient Google.

Le journal de Monde rappelle d'ailleurs à ce propos que : « *cette affaire intervient alors que la gauche américaine, peu active ces dernières années sur la question des monopoles, semble se rallier progressivement à une position plus dure contre les groupes dominant un secteur, et plus particulièrement dans l'économie numérique. Fin juillet, le parti démocrate a adopté une plateforme commune dont un volet vise à « démanteler les monopoles » – un thème évoqué régulièrement durant la campagne présidentielle par Donald Trump, mais sur lequel le président américain n'a pas du tout agi depuis son entrée en fonction, prenant même plusieurs décisions confortant des situations de position dominante, sur la neutralité du Net par exemple* ».

Propos recueillis par [Nicolas Quénel](#)