



NUMÉRIQUE ANALYSE

## Les géants du numérique redescendent sur terre

Pour la première fois, Google, Amazon, Facebook et consorts se heurtent au mur de la réalité. Confrontés à un retournement économique, leur réponse est semblable à celle des acteurs de l'économie traditionnelle : des licenciements massifs pour diminuer les coûts et plaire aux financiers.

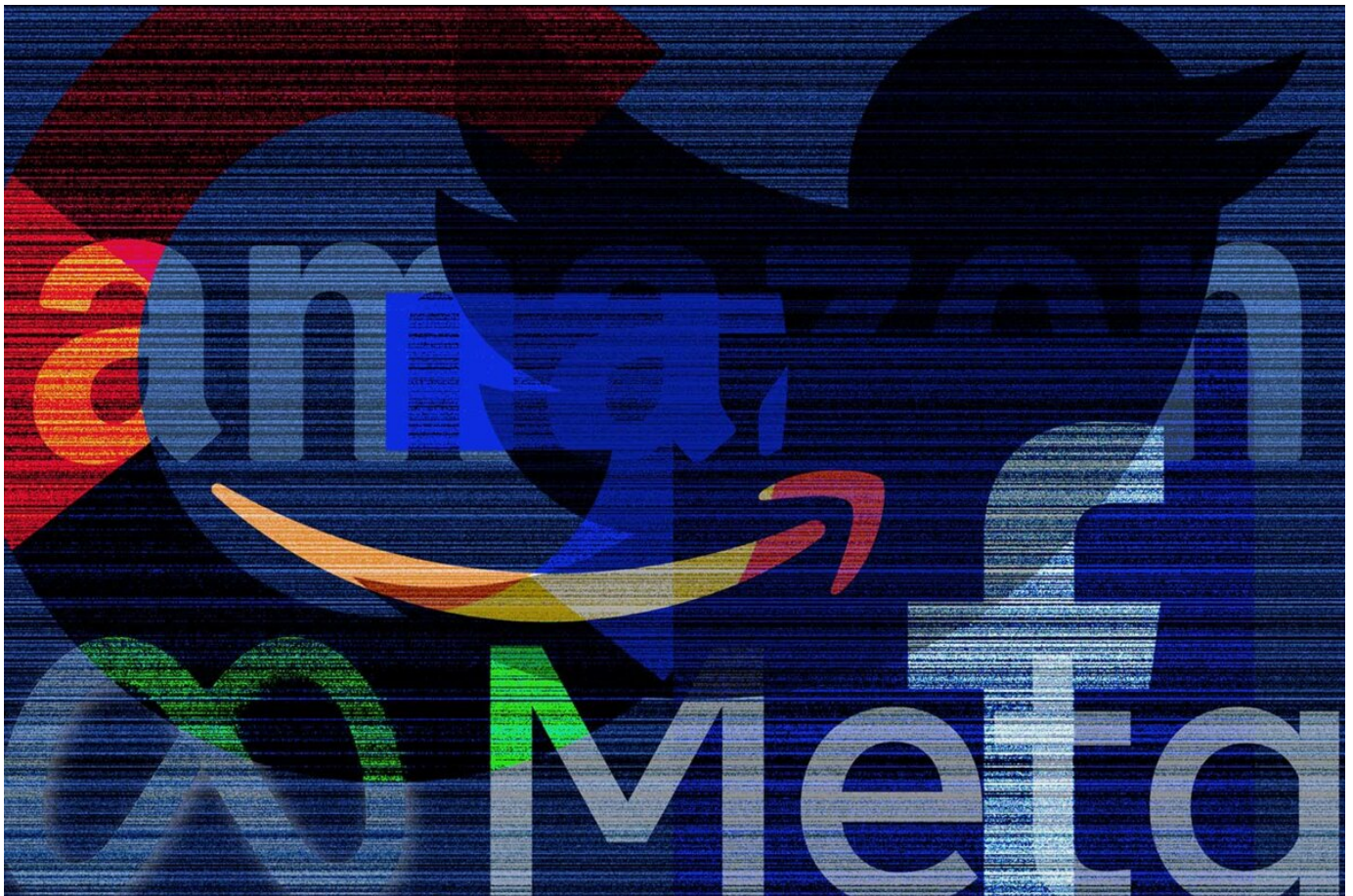
Martine Orange

19 novembre 2022 à 10h41

**F**inalement, ils sont comme les autres ! Comme tous les grands groupes industriels automobiles, sidérurgiques ou pharmaceutiques dont ils se sont moqués pendant des années. Forts de leurs succès et de leurs milliards, les géants du numérique et les start-up de la Silicon Valley assuraient qu'ils allaient réinventer le monde du travail, avec de nouvelles méthodes, de nouvelles relations sociales, très loin du capitalisme traditionnel. Tout est en train de se fracasser. Dès les premières difficultés, les géants du numérique et les autres ont retrouvé les réflexes et les usages de leurs prédécesseurs : ils licencient en masse.

Le 16 novembre, Amazon a confirmé les informations du *New York Times* publiées en début de semaine. La plateforme de distribution prévoit bien un plan social massif touchant 10 000 personnes. Les activités les plus touchées sont celles des services et des nouveaux produits (Alexa, robots domestiques, etc.). À la veille de Noël et de la fin d'année, la période de vente la plus importante pour le géant de la distribution, les personnels des dépôts et des centres logistiques ne seraient pas concernés. Pour l'instant.

« *Compte tenu de l'environnement macroéconomique actuel (après plusieurs années d'importantes embauches), des équipes sont en train de faire des ajustements, ce qui dans certains cas signifie que certaines fonctions ne sont plus nécessaires. [...] Nous ne prenons pas ces décisions de gaieté de cœur et nous travaillons pour soutenir les salariés du groupe qui pourraient être touchés* », a expliqué un des porte-parole d'Amazon.



© Photo illustration Sébastien Calvet / Mediapart

La plateforme de distribution n'est que la dernière d'une liste qui ne cesse de s'allonger. La semaine d'avant, Meta, maison mère de Facebook et d'Instagram, a annoncé la suppression de 11 000 emplois, soit 13 % de ses effectifs. Bien que le cas soit un peu différent pour Twitter, Elon Musk y a licencié 5 000 salarié·es, soit plus de la moitié des effectifs, juste après avoir racheté la plateforme de réseau social. Et une nouvelle vague de départs a lieu dans le groupe après que le milliardaire a prévenu les salarié·es qu'ils et elles devraient travailler « *à fond* » ou partir.

Lyft, une plateforme concurrente d'Uber, et Stripe, une société de services de paiement, ont annoncé des suppressions d'emplois se chiffrant en centaines de personnes. Avant eux, Netflix, Spotify, Snapchat et Opendoor ont drastiquement réduit la voilure. Sous pression, Google prévoit à son tour de licencier 10 000 personnes, soit 3 % de ses effectifs mondiaux, selon Business Insider. Les licenciements pourraient commencer dans les jours qui viennent.

À chaque fois, ces plans sociaux massifs donnent lieu à des messages de plates excuses des fondateurs auprès des salarié·es. Stripe a été « *bien trop optimiste sur la croissance à court terme de l'économie numérique en 2022 et 2023* », s'est excusé le directeur général de la société, Patrick Collison. Lyft « *n'est pas préservé de l'inflation et du ralentissement économique* », ont surenchéri les fondateurs de la plateforme de services automobiles, Logan Green et John Zimmer. Sur la messagerie interne, Mark Zuckerberg, président de Meta, a reconnu qu'il était de ceux qui pensaient que le secteur allait « *connaître une accélération permanente qui se poursuivrait même après la fin de la pandémie* ».

## La folie des grandeurs

Pour ces géants du numérique, l'atterrissage est brutal. Depuis l'éclatement de la bulle de l'Internet en 2001, que la plupart n'ont pas connu, ils n'ont jamais eu à affronter de crise ni même de ralentissement. En 2008, alors que l'économie mondiale était au bord du gouffre, ils étaient parmi les seuls à continuer de se développer, d'embaucher.

Pendant la pandémie, leur succès a été encore plus éclatant. Alors que tout était à l'arrêt, ils sont apparus soudain comme les maîtres du monde : ils étaient les seuls encore en activité, capables de livrer des marchandises, des produits et même des repas à une population bouclée à domicile. Leurs chiffres d'affaires et leurs résultats avaient enregistré des croissances époustouflantes.

Comment alors ne pas se laisser séduire par l'idée d'une « *accélération permanente* », d'une croissance sans limites ? Tout ce qui s'était passé pendant la pandémie anticipait, selon eux, un grand tournant sociétal et culturel mondial : le numérique allait tout supplanter et balayer les usages traditionnels. Il n'y avait pas de bornes à leurs ambitions. Les projets les plus fous pouvaient être lancés. Et tous ont embauché en masse pour les réaliser.

Au-delà du métavers de Mark Zuckerberg, de la voiture autonome de Google, des robots domestiques d'Amazon, projets dans lesquels ces géants ont déjà investi des milliards de dollars sans résultat probant pour l'instant, tous se sont abandonnés à une débauche d'investissements tous azimuts, se livrant une concurrence échevelée pour savoir qui prendrait l'ascendant sur les autres : l'intelligence artificielle était appelée, selon eux, à devenir le moteur de l'économie mondiale de demain.

Après avoir bondi de 32 % en 2020, les budgets d'investissement cumulés d'Alphabet, Amazon, Apple, Meta et Microsoft ont à nouveau augmenté en 2021 pour atteindre 140 milliards de dollars. Ils ont à nouveau grimpé de 20 % au cours des neuf premiers mois de cette année, rappelle le Financial Times. De 16 % en 2021, les dépenses d'investissement de Meta ont grimpé à 28 % au cours de cette année.

Amazon, qui dépensait en moyenne 5 % de son chiffre d'affaires en investissement sur la période 2016-2019, a porté ses dépenses à plus de 12 % depuis 2021. L'an dernier, il a dépensé 61 milliards de dollars dans ses projets d'innovation et d'expansion.

Avec retard, sous la pression des marchés financiers, les géants du numérique sont en train de comprendre qu'ils ont appuyé trop fort sur l'accélérateur.

## La fin de l'immunité économique

Car rien ne s'est passé comme prévu. À la fin des confinements, les vieilles habitudes ont repris cours. Les consommateurs ont un peu délaissé les plateformes de l'e-commerce (commerce en ligne) pour retourner dans les magasins.

Dans le même temps, l'inflation a resurgi, mordant sur le pouvoir d'achat, amenant de plus en plus de ménages à réduire leurs dépenses. Entre les abonnements à Spotify, Netflix, Disney ou Amazon, ils ont commencé à arbitrer de façon de plus en plus sévère. Les entreprises ont fait de même, diminuant à la fois leurs dépenses en publicité, une des principales sources de revenus de l'économie numérique, et leurs dépenses d'équipement.

Au troisième trimestre, Amazon a enregistré une baisse de de 81 % de ses résultats par rapport à 2021. Les profits d'Alphabet, société mère de Google, ont été divisés par deux. Meta a vu ses profits baisser de plus de 30 %.

Dès le quatrième trimestre de 2021, tous ont vu leur activité diminuer, leurs profits fondre. Et la tendance s'accélère. Au fil des résultats trimestriels, les groupes du secteur délivrent le même message : leurs ventes ralentissent, quels que soient les créneaux (ordinateur personnel, publicité numérique et e-commerce) dans un environnement de plus en plus hostile et complexe, marqué par la hausse des taux d'intérêt et l'explosion de l'inflation. Même les activités de *cloud*, dominées par Amazon et Microsoft, considérées jusqu'alors comme protégées de la conjoncture, ralentissent.

Difficulté supplémentaire et imprévue pour les géants du numérique qui, jusqu'alors, tiraient parti de leur emprise internationale incontestée : l'envolée du dollar par rapport à toutes les autres devises a entraîné une baisse de leurs recettes.

Au troisième trimestre, Amazon a enregistré une baisse de 9 % de son chiffre d'affaires et de 81 % de ses résultats par rapport à la même période de 2021. Les profits d'Alphabet, société mère de Google, ont été divisés par deux au cours de la même période. Meta a vu ses profits baisser de plus de 30 %. Si Microsoft et Apple affichent encore une bonne résistance, en raison de leur domination dans les équipements et systèmes technologiques, les deux groupes ont toutefois prévenu que les mois à venir s'annonçaient difficiles.

La chute des géants du numérique est à relativiser cependant. Ils sont encore les plus riches de la planète. Leurs profits continuent de se chiffrer en milliards de dollars. Mais cela n'en a pas moins constitué un choc pour le secteur : il n'est plus immunisé face aux aléas de la conjoncture. Comme les autres, il est devenu sensible aux cycles économiques, signe qu'il est désormais entré dans une phase de maturité et de croissance faible.

## Décrochage boursier

Mais plus que la baisse de leurs revenus, c'est le décrochage de leurs cours de bourse qui a été pour eux le signal d'alerte. En un an, le Nasdaq, l'indice boursier des valeurs technologiques aux États-Unis, a chuté de 30 %, tandis que le S&P 500, l'un des indices phares de Wall Street qui regroupe nombre de groupes « traditionnels », n'a baissé que de 15 %.

Cours de bourse de Meta sur un an : une chute de 70 %. © Boursorama

Pour certains groupes, la chute est encore plus spectaculaire. Meta a perdu 70 % de sa valeur en un an, Netflix 50 %, tout comme Alphabet, Amazon 45 %, Microsoft 28 %. Il n'y a qu'Apple qui surnage : son cours n'a baissé que de 3 %.

Pour ces géants, habitués à mesurer leur puissance et leur réussite au travers de leur capitalisation boursière stratosphérique, ce retournement est vécu comme un séisme. Ils étaient les grands gagnants du capitalisme moderne, ils font figure actuellement de grands perdants.

Les fondateurs hissés au sommet des grandes fortunes mondiales grâce à l'envolée boursière redoutent de voir leur statut et leur enrichissement personnel remis en cause. Tout leur modèle d'expansion, fondé sur la capacité d'attirer les capitaux et la hausse sans fin du cours de bourse, s'en trouve ébranlé : les financiers qui les suivaient aveuglément traînent désormais les pieds.

Le changement brutal de l'environnement économique, mais aussi la fragmentation d'un monde pensé jusqu'alors comme global et la montée des risques géopolitiques, semblent avoir brusquement dessillé les yeux des financiers. « *Les valorisations sont déconnectées des fondamentaux* », ont expliqué les uns après les autres des investisseurs lors d'un récent forum organisé par Bloomberg.

Ils ont misé des milliards de dollars ces dernières années dans tous les projets numériques. Jusqu'à présent, l'envolée ininterrompue des cours de bourse et des valorisations suffisait à justifier leurs engagements. Que tout le modèle du numérique repose sur l'évasion fiscale, le contournement des règles, la destruction des lois sociales, afin de trouver une rentabilité, ne les interrogeait pas plus que cela. Avec la chute des cours, la montée des risques, ils exigent désormais un retour sur investissement, du cash au plus vite.

Sommés par les financiers, les géants du numérique s'exécutent : ils procèdent désormais à des recentrages et à des licenciements massifs, dans l'espoir de faire remonter leurs cours de bourse, comme l'ont fait la sidérurgie ou l'automobile par le passé. Impossible de résister à cette pression, semble-t-il.

Jusqu'à ces dernières semaines, Google avait annoncé qu'il allait lever le pied sur toutes ses activités périphériques et renoncer à nombre d'investissements dans des projets dorénavant vus comme trop ambitieux. Il avait demandé à ses salarié·es de commencer à rechercher dans le groupe d'autres postes, en prévision de la suppression de nombreuses fonctions. Désormais, le géant du numérique ne prend plus de précautions : il annonce des licenciements secs.

Le procédé est désormais si vieux et si connu qu'on a pu en mesurer tous les effets. Au-delà de la remontée d'un cours de bourse à très court terme, la méthode se révèle inefficace et parfois catastrophique. Les groupes y perdent des savoir-faire et des compétences, voient leur productivité diminuer sans que leur profitabilité s'améliore. Mais on ne renonce pas comme cela aux vieilles croyances.

## Autocratie

Avec ces plans sociaux massifs, le rideau des illusions s'est brutalement déchiré chez les salarié·es. L'immense majorité était convaincue de vivre dans un monde à part, loin du capitalisme traditionnel. Pendant des années, toutes et tous ont été bercés par les discours de leur direction, vantant une culture d'entreprise différente. Il n'était question que de promouvoir et de favoriser les talents, de faire éclore les idées et les initiatives.

Toutes et tous comprennent désormais que ces géants du numérique obéissent finalement aux mêmes lois, qu'ils sont comme les autres. Et, d'une certaine façon, pire que les autres. Car ce subit renversement met en lumière les fonctionnements internes de ce monde, une réalité que beaucoup ont choisi d'occulter pendant des années : ces géants du numérique dans leur grande majorité sont profondément autocratiques, dominés par le fondateur et le petit cercle des affidé·es qui l'entoure.



Tout procède d'eux, sans qu'aucune instance de décision ne puisse infléchir leurs choix ou leur « vision ». Le conseil d'administration n'est souvent qu'une chambre d'enregistrement. Aucune organisation sociale ne peut se faire entendre. Depuis des années, ces géants combattent toute organisation syndicale, tout lieu de représentation sociale : le numérique étant un monde nouveau, il ne saurait reproduire les vieux schémas de l'économie traditionnelle, s'inscrire dans une lutte des classes sociales. Le groupe était censé pourvoir à tout.

En l'absence de tout contre-pouvoir, Mark Zuckerberg peut ainsi s'entêter dans son projet de métavers, jugé comme une folie par nombre de ses salarié·es. Bien qu'il ne possède que 12 % du capital, il a la majorité grâce à un mécanisme de votes doubles, et impose ses vues.

S'estimant maître absolu, Elon Musk a pu licencier la moitié des effectifs de Twitter par simple mail, sans préavis et sans explication. En une semaine, le milliardaire a dynamité le réseau social. En début de semaine, il a avoué qu'une faillite de Twitter n'était pas exclue. Manifestement aux abois, il a adressé le 16 novembre un mail comminatoire aux effectifs restants, leur intimant de « *travailler à fond* », de ne plus compter leurs heures, ou bien de partir avec trois mois de salaire. La réponse ne s'est pas fait attendre : les ingénieur·es sont en train de quitter en masse le groupe. La confusion est à son comble.

Ce vendredi, Twitter a été obligé de fermer plusieurs de ses centres, ne sachant plus qui était autorisé ou non à y entrer. Sur le fil du réseau social, les anciens personnels se déchaînent contre Elon Musk, découvrant – un peu tard – que le monde du numérique est aussi cruel que les autres. Et qu'ils sont sans protection.

#### **Martine Orange**

**Directeur de la publication** : Edwy Plenel

**Direction éditoriale** : Stéphane Allières et Carine Fouteau

**Le journal MEDIAPART est édité par la Société Editrice de Mediapart (SAS).**

Durée de la société : quatre-vingt-dix-neuf ans à compter du 24 octobre 2007.

Capital social : 24 864,88€.

RCS Paris 500 631 932.

Numéro de CPPAP : 1224Y90071

N° ISSN : 2100-0735

Conseil d'administration : Fabrice Arfi, Jean-René Boisdrion, Carine Fouteau, Edwy Plenel, Sébastien Sassolas, James Sicard, Marie-Hélène Smiéjan.

Actionnaires directs et indirects : Société pour l'Indépendance de Mediapart, Fonds pour une Presse Libre, Association pour le droit de savoir

**Rédaction et administration** : 127 avenue Ledru-Rollin, 75011 Paris

**Courriel** : [contact@mediapart.fr](mailto:contact@mediapart.fr)

**Téléphone** : + 33 (0) 1 44 68 99 08

**Propriétaire, éditeur, imprimeur** : Société Editrice de Mediapart

**Abonnement** : pour toute information, question ou conseil, le service abonnés de Mediapart peut être contacté par courriel à l'adresse :

[serviceabonnement@mediapart.fr](mailto:serviceabonnement@mediapart.fr) ou par courrier à l'adresse : Service abonnés Mediapart, 11 place Charles de Gaulle 86000 Poitiers. Vous pouvez également adresser vos courriers à Société Editrice de Mediapart, 127 avenue Ledru-Rollin, 75011 Paris.