

Etat des lieux du débat public en Chine sur les entreprises et plateformes numériques

Pierre Martin

Il n'y a pas en Chine de débat public au sens où nous le connaissons dans les démocraties occidentales. Les réseaux sociaux, aussi développés soient-ils ne constituent pas le vecteur d'un débat qui comporterait une dimension politique. Le développement fulgurant des BATX (Baidu, Alibaba, Tencent, Xiaomi) soulève néanmoins autant de questions que celui des GAFAs aux États-Unis.

1. La science et la technologie jouent un rôle à part dans le discours des autorités chinoises.

Historiquement, la perception populaire des sciences et des nouvelles technologies est intimement liée à l'idée de puissance nationale. À l'époque contemporaine, et à mesure que la Chine a vu émerger des champions du numérique, ce lien entre la science et le patriotisme a été exploité comme un marqueur de puissance et un outil de mise en scène de la « renaissance chinoise ». À titre d'exemple, à partir de juin 2017, « quatre nouvelles grandes inventions chinoises » (au même titre que jadis la boussole, la poudre à canon, le papier et l'imprimerie...) : le train à grande vitesse, le e-commerce, le paiement mobile et les bicyclettes en libre-service ont été mises en avant. Dans le domaine des plateformes numériques, les principaux groupes chinois (Alibaba, Tencent, Mobike et Ofo) et le parcours de leurs dirigeants - Jack Ma au premier chef - représentent autant de motifs de fierté nationale.

2. En Chine, les sous-jacents intellectuels du débat sur les plateformes et les entreprises du numérique s'inscrivent dans un contexte différent de celui qui a sous-tendu l'émergence d'internet dans le monde occidental.

Les dirigeants des principales plateformes du pays se trouvent nécessairement liés aux autorités politiques à la fois à titre personnel¹ et au titre de leur entreprise. Celles-ci fournissent un nombre croissant de services publics essentiels : cartes d'identité (Tencent, à Shenzhen), santé (Tencent), sécurité publique (Huawei, SenseTime, Megvii), versement des impôts et gestion urbaine (Alibaba, Tencent) notamment. La proximité entre le public et les principales plateformes chinoises est parfaitement assumée par les autorités, qui appellent régulièrement la « communauté internationale » à respecter « le droit pour chaque pays de choisir son propre chemin de développement de son internet ».

3. Parallèlement, les autorités travaillent également à la justification théorique de leur contrôle sur les plateformes.

Certains « centres de recherche » proches du gouvernement cherchent à justifier le contrôle exercé par les autorités chinoises sur les plateformes en citant certaines externalités négatives liées à leur fonctionnement et déjà largement débattues au niveau international². Parmi ces arguments figurent : (1) la tendance à la concentration, présentée comme intrinsèque à l'économie numérique ; (2) la difficulté de déterminer le degré de responsabilité des plateformes, en matière fiscale notamment ; (3) la difficulté à faire respecter les droits des travailleurs en vertu de la « loi sur le contrat de travail », la plupart des fournisseurs de services proposés par les plateformes travaillant en *freelance*.

4. Les directives des autorités sont appliquées par les plateformes y compris celles-ci vont à l'encontre de leurs intérêts commerciaux.

Les plateformes de discussion ou de partage de vidéos (Tencent, Sina Weibo, Youku) chinoises sont soumises à des contraintes très fortes sur le contenu des discussions³. Même si elles ont longtemps procrastiné pour mettre en œuvre

¹ À titre d'exemple : Pony Ma (Tencent, jeux vidéo et messagerie) est membre de l'Assemblée Nationale Populaire (ANP, chambre basse) ; Richard Liu (JD.com, e-commerce), Ding Lei (NetEase, jeux vidéo), Zhou Hongyi (Qihoo 360, cyber sécurité), Neil Shen (Sequoia, VC) etc. sont, eux, membres de la CPPCC (chambre haute).

² Le gouvernement aurait envisagé, courant 2017, une entrée au capital (à hauteur de 1%) de Tencent, Youku (vidéos) et Weibo (miniblog).

³ Depuis 2013, les « rumeurs » postées sur les micro-blogs peuvent faire risquer une peine de prison à leur auteur ; depuis le 1^{er} juin 2017, les blogs, forums, messageries instantanées etc. proposant de l'information publique dans certains domaines doivent solliciter une accréditation auprès des officines locales du Ministère de la propagande.

l'obligation pour les utilisateurs des plateformes de s'enregistrer sous leur véritable identité, elles ont finalement dû se plier aux instructions des autorités, devenues de plus en plus strictes et généralisées. Pour des questions de santé publique (myopie) comme de valeurs, *Honour of Kings*, le jeu vidéo phare de Tencent, a ainsi pu être qualifié de « poison » par l'édition du 3 juillet 2017 du *Quotidien du peuple*, sans que Tencent ne cherche – publiquement – à s'en défendre. De même, le gouvernement central cherche à réglementer le secteur des jeux vidéo selon des modalités précisées au début du mois de septembre 2018. Tencent a déjà accepté de limiter le nombre d'heures passées à jouer en fonction de l'âge du joueur (qui sera vérifié sur la base des données fournies par la police chinoise et, dans certains cas, *via* un système de reconnaissance faciale), tandis qu'un quota de licences sera instauré.

5. Au gré des faits divers, la société chinoise est régulièrement amenée à s'interroger sur le rôle des plateformes. Ainsi, suite au viol/meurtre de clientes de la plateforme de VTC Didi Chuxing courant 2018, une partie de l'opinion publique s'est interrogée sur la responsabilité de la plateforme et, partant, sur son statut. Le débat a été clos par le Ministère des transports et la police, qui ont affirmé la responsabilité de la plateforme. En parallèle, la plateforme Didi Chuxing et la police chinoise ont entamé une coopération renforcée (instauration d'une fonction permettant un signalement direct à la police), y compris selon des modalités particulièrement intrusives, comme l'enregistrement systématique des conversations tenues à bord des véhicules, effective depuis le 8 septembre 2018. En dépit de l'entrée en vigueur, le 1^{er} juin 2017, de la *Loi sur la cybersécurité*, qui offre des garanties à la sécurité des données personnelles, plusieurs scandales ont éclaté, courant 2018, au sujet de pratiques de certaines plateformes, qui proposaient par défaut à leurs clients de partager leurs données personnelles. Les critiques de l'opinion publique chinoise étaient toutefois beaucoup plus dures à l'encontre des plateformes que des autorités.

6. Les autorités chinoises semblent en effet réticentes à imposer des contraintes trop importantes aux plateformes en matière de protection des données. Depuis au moins 2014, à l'intérieur comme à l'extérieur des institutions, des discussions émergent sur cette question, que plusieurs scandales récents ont remis sur le devant de la scène. En janvier 2018, le MIIT chinois a ainsi été contraint de réprimander publiquement Baidu, Alipay et Jinri Toutiao pour des atteintes supposées à la confidentialité des données personnelles de leurs clients – mais sans pour autant les sanctionner. Nourrissant d'importantes ambitions dans les secteurs de l'intelligence artificielle et du *big data* notamment, Pékin ne souhaite pas brider la croissance de ses groupes dont l'accès à la donnée constitue l'un des principaux avantages comparatifs par rapport aux GAFAs. En outre, Pékin souhaite mettre en place un ambitieux système de « crédit social » afin de « créer de la conformité » dans les comportements des individus et des entreprises. Pour mener à bien ce projet, les autorités chinoises dépendent en partie des plateformes, qui assurent la collecte et le brassage des données.

En Chine, le débat sur les plateformes numériques est limité : les conséquences sociales de long terme des nouvelles technologies (lien social, libre arbitre, qualité de l'emploi etc.) sont peu abordées⁴. Les quelques discussions existantes au sein de la société sont avant tout provoquées par des faits divers et se concluent généralement par des appels à un contrôle renforcé des plateformes par les autorités.

⁴ Afin de prévenir l'émergence d'un possible sentiment de défiance vis-à-vis de l'IA, le « Plan de développement d'une intelligence artificielle de nouvelle génération » de juillet 2017 prévoit ainsi de « guider l'opinion » : la promotion de la technologie au travers des médias traditionnels comme des nouveaux médias doit en effet permettre de « mobiliser la société en vue de stimuler sa participation et son adhésion active au développement de l'IA » ; cet exercice « facilitera (également) l'adaptation de la société aux possibles défis posés par l'IA (...) ».