



## Résumé

### THÈSE DE DOCTORAT

**Université Paris 8, École Doctorale 401**  
**Sciences de l'Information et de la Communication**  
Centre d'Études sur les Médias, les Technologies et l'Internationalisation EA 3388

### LE RÔLE DES GAFAM DANS LE E-COMMERCE

-

Le comportement des consommateurs dans le monde du e-commerce à l'ère des Gafam  
(France, Pologne, Grande-Bretagne, États-Unis).

**Thèse présentée et soutenue publiquement**  
**par Renata CABAS le 11 novembre 2020**  
**devant le jury composé de :**

Monsieur Jacob MATTHEWS, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris 8,  
**Directeur de thèse**

Madame Athina KARATZOGIANNI, Professor of Media and Communication,  
University of Leicester, Royaume-Uni, **Présidente du jury**

Madame Sarah CORDONNIER, Professeure en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Lyon 2,  
**Rapporteuse externe**

Monsieur Bruno DRWEŚKI, Maître de conférences HDR,  
Institut National des Langues et Civilisations Orientales, Paris, **Rapporteur externe**

Madame Sophie JEHEL, Maîtresse de conférences en Sciences de l'Information et de la Communication,  
Université Paris 8, **Examinatrice**

Monsieur Nikos SMYRNAIOS, Maître de conférences HDR en Sciences de l'Information et de la Communication,  
Université Toulouse 3, **Examineur**

Ce projet de recherche repose sur mes 15 années d'expérience professionnelle internationale (France-Pologne-États-Unis). Il fait suite à mon Master 2 (en Sciences Humaines et Sociales) obtenu à l'Inalco en mai 2015 (Centre de recherches Europes-Eurasie) et à mon certificat : *Verified Certificate of Achievement* obtenu à Harvard University en 2019. Il résulte d'une réflexion mûrie lors de mes expériences professionnelles, mes études à Cracovie, à Paris, et dans le cadre de mes activités au sein du Polish City Club Paris regroupant les personnalités d'origine polonaise liées au monde universitaire et celui des affaires. Il est lié à mes déplacements en Australie, aux États-Unis et en Nouvelle Zélande. Au cours de mes études et de ma vie professionnelle, j'ai été amenée à gérer des projets qui touchaient au développement du commerce et de la consommation en France, en Pologne et dans des pays anglophones, en y introduisant de nouvelles méthodes en fonction des nouvelles technologies et de l'évolution en conséquence du comportement des consommateurs. En particulier, observer les modifications de comportements provoquées par les changements systémiques en cours en Europe centrale et en Europe de l'Est, m'a permis de mieux comprendre le fonctionnement et les dynamiques dans les « sociétés modèles » occidentales. Mes déplacements hors d'Europe m'ont en outre permis de comparer les comportements des consommateurs européens avec ceux du monde anglophone. J'ai pris conscience, concernant les comportements des consommateurs, que le modèle anglo-saxon est bien répandu dans les zones que j'ai étudiées (en travaillant par exemple sur des sites Internet e-commerce polonais, comme Allegro ou français comme Showroomprivé).

Le e-commerce s'élargit de plus en plus tout en prenant la place du commerce traditionnel. Des consommateurs sont exposés aux méthodes des Gafam, c'est-à-dire : Google, Apple, Facebook, Amazon, Microsoft (profiling, targeting etc.), aux technologies de l'information et de la communication et celles de la publicité. En effet, les Gafam trackent les consommateurs en utilisant le ciblage comportemental pour établir leurs profils dans l'objectif de vendre<sup>1</sup>. Or, l'utilisation des données personnelles, le ciblage et le *profiling* étaient aussi des outils de la propagande du Parti communiste en Pologne après la Seconde Guerre mondiale. En voulant « conquérir » la société, c'est-à-dire faire venir dans les rangs du Parti communiste le plus grand nombre de membres, le Parti utilisait les informations, des données collectées (par ses membres) relatives à des personnes susceptibles d'organiser des

---

<sup>1</sup> Le tracking est une action qui consiste à pister un visiteur sur un site Web pour connaître l'itinéraire de sa visite et le temps passé sur chaque page. Le ciblage c'est une action qui permet de ne toucher qu'une partie de la population dans le cadre d'une campagne publicitaire ou d'une opération commerciale. Le but est d'éviter l'audience inutile en concentrant son action sur les clients potentiels. Le profiling consiste à étudier les habitudes de navigation des Internautes, leurs habitudes de consommation, une projection dans le futur.

événements (comme par exemple les événements du mouvement « Solidarność »<sup>2</sup>) ou tout simplement « réticentes » aux messages ou slogans du Parti. La milice les « trackait » et « ciblait » en établissant leurs « profils ».

La méthodologie basée sur l'observation participante des sites du e-commerce permet ici d'effectuer l'analyse comparative des comportements des consommateurs du e-commerce en France et en Pologne par rapport à ceux des consommateurs « modèles » du monde anglo-saxon (USA, Grande-Bretagne) - Chapitre I, Section 4.

Le choix des pays anglophones a été motivé par le fait que la Grande Bretagne est le premier marché du e-commerce en Europe. Les États-Unis sont en deuxième place mondiale (après la Chine) en ce qui concerne le commerce en ligne et c'est aux États-Unis que l'Internet et le e-commerce ont fait leurs débuts. Pour pouvoir analyser ce comportement, on met en lumière les pratiques de manipulation comportementale par les Gafam (Chapitre I, Chapitre III) et autres représentants de e-commerce (Showroomprivé et Allegro-présentés dans la première partie de cette thèse). En démontrant ces pratiques de manipulation il est plus facile de mettre en lumière le problème principal à l'origine de ce travail, soit l'utilisation des données personnelles à des fins commerciales pour manipuler les comportements des consommateurs. Cette manipulation a pour l'objectif : la vente.

Cette thèse a pour objectif de démontrer l'existence de similitudes entre la position dominante des Gafam et la propagande communiste. À cette fin, nous présenterons les spécificités de discours destiné à convaincre (technique retorique), tel que celui du Manifeste de Mark Zuckerberg ; nous présenterons la propagande communiste et sa ressemblance avec celle du e-commerce en mettant en lumière la problématique de la manipulation des comportements par le régime communiste et par les entreprises du e-commerce.

**Mots-clés :** Web, contenu Web, système socio-économique, comportement des consommateurs, médias, théories de la communication, sciences sociales, Internet, commerce international, e-commerce, m-commerce, f-commerce, France, Pologne, pays anglophones, mondialisation, globalisation, consommation, hypermédias, multi canal, cross canal, omni canal, consommaute,

---

<sup>2</sup> *Solidarność* signifie : solidarité en français. C'est un nom de la fédération de syndicats polonais qui a été fondée le 31 août 1980 et dirigée dès le début par Lech Wałęsa (président de la République de 1990-1995, prix Nobel de la Paix en 1983). *Solidarność* a joué le rôle primordial en tant que l'opposition au régime de la République populaire de Pologne : <http://paris.pan.pl/events/rok-1989-z-innej-perspektywy/> (consulté le 10 juin 2019).

colonialité, mobinaute, entropie, néguentropie, applications mobiles, géolocalisation, mobiquité, secteurs oligopolistiques (ventes privées), user generated content, communautés (bloggeurs, fans), propagande, Gafam, sociologie des médias, sociologie de la consommation, modèles de consommateur, technologies de captation influençant les comportements humains, intelligence artificielle.

**Le nom de l'université du candidat :** Université Paris 8, École Doctorale 401,  
Sciences de l'Information et de la Communication  
Centre d'Études sur les Médias, les Technologies et l'Internationalisation EA 3388

**Le directeur de recherche :** Monsieur Jacob MATTHEWS, Professeur en Sciences de l'Information et de la Communication, Université Paris 8

**Le titre de la thèse :**

LE RÔLE DES GAFAM DANS LE E-COMMERCE

Le comportement des consommateurs dans le monde du e-commerce à l'ère des Gafam (France, Pologne, Grande-Bretagne, États-Unis).

**La discipline :** Sciences de l'Information et de la Communication,  
Ecole doctorale Sciences sociales (ED 401)

**La date de la soutenance :** 11 novembre 2020

Signature du directeur de recherche :



.....



Bezunesh Tamru  
Directrice de l'ED