



L'IA chamboule la révolution 4.0

L'invité

D^r Philippe Amez-Droz

Chargé de cours
Institut Medialab



Jeremy Rifkin, auteur de «La troisième révolution industrielle» (2011), évoquait la spectaculaire informatisation de notre société dès les années 70. Nous vivons encore aujourd'hui à l'ère de la 4^e révolution industrielle. Celle des technologies de l'information et de la communication, de la mise en réseau et de la connexion mondialisée. Avec la disruption provoquée en 2022 par le robot conversationnel ChatGPT et la progression exponentielle de ses capacités, l'intelligence artificielle (IA) chamboule cette 4^e révolution. L'annonce faite par le groupe de médias allemand Axel Springer, qui a conclu un accord avec OpenAI, créateur de ChatGPT, illustre cette accélération de l'histoire. Ce partenariat va permettre au robot d'accéder aux contenus des médias propriétés du groupe, telles que les marques «Bild», «Die Welt» ou «Politico», afin de les exploiter et de «s'en nourrir» pour développer le champ des réponses sur l'actualité. Autrement dit, d'agent conversationnel, ChatGPT va se transformer en un moteur de recherche susceptible de faire de l'ombre au leader du marché, Google. Pour Axel Springer, confronté comme tous les médias à des problèmes de monétisation de ses contenus en ligne, cet accord apporte à court terme des dizaines de millions d'euros. À moyen et long terme, ce parte-

nariat va bousculer la création des contenus et provoquera de nouvelles vagues de restructuration. Car les perspectives d'économies d'envergure et de réorganisation interne donnent le tournis. Combien de postes de travail seront-ils supprimés dans les trois à cinq prochaines années? Beaucoup. Et combien de postes de nouveaux jobs seront créés grâce à l'IA? La réponse est: «Anne, ma sœur Anne, ne vois-tu rien venir?»

Pour s'en convaincre, il suffit d'étudier le marché de l'industrie publicitaire et du marketing. En un peu plus d'un an, tous les grands groupes ont signé des partenariats avec les géants de la tech et de l'IA. L'exemple de la pub Coca-Cola Masterpiece réalisée grâce au savoir-faire d'une agence londonienne fascine, car elle est annonciatrice de futures campagnes décoiffantes. Coca-Cola est ainsi devenu la première marque à avoir signé un contrat avec OpenAI. Publicis, multinationale de la communication, a conclu en 2022 un accord exclusif avec OpenAI, puis avec Microsoft. Cette accélération des accords et partenariats s'impose avec évidence: les agences de communication parlent de gains de productivité de plus de 30% grâce à l'IA.

La prochaine étape sera l'interprétation des émotions des internautes et la conception de *stories* encore plus personnalisées. Les entreprises investissent dans le matériel mais aussi dans la formation continue de leurs équipes. Mais la casse sociale sera inévitable. Déjà des postes «anciens» sont perçus comme inutiles. Sur le front des emplois, la 5^e révolution industrielle est à l'image du mythe de Chronos: elle les dévore sans états d'âme.