



IDÉE 1

L'IA POURRAIT BRISER INTERNET TEL QUE NOUS LE CONNAISSONS ACTUELLEMENT

Les nouveaux outils d'intelligence artificielle pourraient ébranler le modèle économique de la publicité qui a servi de base à Internet pendant la majeure partie des 20 dernières années. Internet à l'ère de l'IA pourrait être très différent, avec plus d'autonomie et de contrôle, mais aussi moins utile et moins sûr.

AUJOURD'HUI

Internet fait partie intégrante de la vie quotidienne des Canadiennes et Canadiens. Les jeunes, en particulier, y trouvent une source d'amitiés¹ et d'informations². Dans l'ensemble de la population, 95 % de la population canadienne âgée de plus de 15 ans utilisent Internet³ et 75 % effectuent des opérations bancaires en ligne⁴ et des achats en ligne⁵. Près de la moitié des ménages disposent d'appareils intelligents connectés à Internet⁶.



Bien qu'il n'y ait jamais eu autant de sites Web, l'expérience de la plupart des gens sur Internet est dominée par une petite poignée d'entreprises massives. Comme le dit une blague en ligne, « Internet, c'est cinq sites géants montrant des captures d'écran et des textes des quatre autres »⁷. Aujourd'hui, 65 % de l'ensemble du trafic Internet se fait vers des domaines appartenant à Alphabet, Meta, Netflix, Microsoft, Tik Tok, Apple, Amazon ou Disney⁸. Google représente 91 % de toutes les recherches sur Internet⁹.

La publicité finance la fourniture de services en ligne gratuits et l'économie des créateurs en ligne¹⁰. Alphabet, Meta, Apple, Microsoft et Amazon gagnent chacun des milliards grâce à la publicité en ligne¹¹. Les entreprises ont investi 46,7 milliards de dollars américains en 2021 dans l'optimisation de la conception de leur site Web afin d'obtenir un meilleur classement dans les moteurs de recherche, d'augmenter le trafic et de générer davantage de recettes publicitaires¹².

Le contenu généré par l'IA devient rapidement plus réaliste et plus humain. Jusqu'à récemment, la plupart des contenus en ligne étaient générés par l'humain, car les contenus générés par ordinateur étaient généralement de mauvaise qualité. Cela a commencé à changer en 2022 avec la sortie de Dall-E 2, Midjourney et ChatGPT. Les grands modèles de langage (GML) peuvent produire des textes de haute qualité ressemblant à des textes humains. Les générateurs d'images d'IA peuvent produire des images photoréalistes. Les générateurs de vidéos d'IA sont suffisamment avancés pour intéresser Hollywood¹³. Les générateurs de voix ont rendu populaires les reprises de chansons en IA¹⁴. Si la plupart des contenus générés par l'IA peuvent encore être identifiables grâce à des signes révélateurs subtils, il est de plus en plus difficile de les distinguer des contenus créés par l'humain.

L'IA ne joue pas encore un rôle important dans la cybersécurité, mais les incidents se multiplient. Soixante-dix pour cent des Canadiennes et Canadiens ont signalé un incident de cybersécurité en 2022, par rapport à 58 % en 2020. Bien qu'il s'agisse principalement de pourriels et de tentatives d'hameçonnage peu sophistiquées¹⁵, les cas de fraude impliquant des « hypertrucages » ont augmenté de 477 % en 2022¹⁶. Les escrocs ont commencé à faire de faux appels de rançon en utilisant des voix générées par l'IA des proches de la cible¹⁷. Des cas de fraude institutionnelle liés à l'hypertrucage apparaissent également, entraînant des millions de dollars de pertes potentielles pour les entreprises et les gouvernements¹⁸.



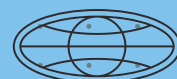
AVENIRS

Les agents et les moteurs de recherche alimentés par l'IA pourraient transformer la façon dont les gens interagissent avec Internet. Au lieu que les utilisatrices et utilisateurs se rendent sur des sites Web précis, les outils d'IA pourraient créer des interfaces personnalisées et sur mesure, alimentées par des contenus provenant de l'ensemble d'Internet. Ils pourraient également les aider à trouver des contenus de niche et des communautés au-delà des principales plateformes de médias sociaux.

Ces outils pourraient bouleverser les modèles économiques basés sur la publicité sur Internet. Si une part importante du trafic Web est constituée de robots d'intelligence artificielle recueillant des informations pour leurs utilisatrices et utilisateurs, les sites Web et les moteurs de recherche risquent de tirer moins de revenus de l'affichage de publicités. Ils devront peut-être trouver d'autres moyens de générer de l'argent, tels que l'introduction d'abonnements, de péages informatiques ou la monétisation directe des données des utilisatrices et utilisateurs.

Internet pourrait être dominé par des contenus générés par l'IA, qu'il serait impossible de distinguer des contenus générés par l'humain. Les plateformes en ligne pourraient créer des contenus multimédias adaptés à chaque utilisatrice et utilisateur. Internet pourrait être inondé de sites Web générés par l'IA et remplis de pourriels, de fausses informations, de robots et de fausses critiques de produits. Il pourrait devenir difficile pour les utilisatrices et utilisateurs de différencier les contenus de qualité des contenus indésirables. Si la vérification des faits par l'IA ne s'améliore pas, cela pourrait devenir encore plus difficile.

Le sentiment général de confiance et de sécurité que les Canadiennes et Canadiens ressentent en ligne pourrait être fortement diminué. Lorsque les appels vidéo peuvent être simulés de manière convaincante, il peut être difficile pour une personne de savoir si un nouvel ami en ligne est une personne réelle ou une escroquerie par hameçonnage de l'IA. Les campagnes de désinformation alimentées par l'IA pourraient devenir plus sophistiquées, sapant davantage la confiance dans les institutions. Les outils d'IA devenant de plus en plus accessibles et puissants, toute personne ayant une présence en ligne, même minime, pourrait être exposée à un risque croissant de préjudice.



IMPLICATIONS

- **Les moteurs de recherche alimentés par l'IA peuvent être tenus responsables des résultats** affichés aux utilisatrices et utilisateurs. Cela pourrait avoir des répercussions juridiques et porter atteinte à la confiance, en particulier si les résultats sont erronés, voire dangereux
- Le contenu et les services qui étaient **autrefois gratuits risquent d'être placés derrière des péages informatiques** à mesure que les outils d'intelligence artificielle sapent le modèle économique de la publicité en ligne
 - › Les sites Web peuvent tenter de **monétiser directement les données et le contenu des utilisatrices et utilisateurs**, par exemple en les cédant sous licence à des entreprises spécialisées dans l'IA en tant que matériel de formation
 - › Le contenu commandité, le placement de produits et d'autres formes de publicité sur le site **pourraient devenir plus courants**
- S'il est peu probable que le contenu généré par l'humain disparaisse, les **créateurs de contenu pourraient avoir du mal à rivaliser** avec le contenu généré par l'IA, qui est bon marché et adapté
 - › Les créateurs de contenu peuvent ressentir une plus grande **pression pour monétiser** leurs publics
 - › Le goût humain et la conservation pourraient être valorisés. **Les créateurs de contenu peuvent céder la place aux conservateurs de contenu**, qui accumulent des adeptes sur la base de leur sélection de contenu en ligne
 - › Un contenu unique et personnalisé pourrait amener les gens à **se sentir isolés avec moins de points de contact culturels**

► Les outils d'IA peuvent **transférer le contrôle de la conception, de la mise en page et de l'expérience d'un site Web** des concepteurs de sites Web aux utilisatrices et utilisateurs. Cela pourrait permettre à ces derniers d'éviter plus facilement les motifs de dépendance ou de manipulation connus sous le nom de « motifs sombres »

- › Il pourrait devenir très difficile de naviguer sur Internet sans les outils d'IA
- › Les sites Web pourraient **cesser d'exister tels qu'on les connaît actuellement**, devenant plutôt des réservoirs de données à gratter par l'IA. Les entreprises pourraient ne plus avoir besoin de concepteurs de sites Web

► La **méfiance** pourrait être l'**attitude dominante en ligne** à mesure que les risques de cybersécurité augmentent et que les contenus générés par l'IA dominent Internet

- › Les **systèmes d'hameçonnage par IA** pourraient devenir plus sophistiqués

- › Les gens peuvent devenir plus **sélectifs quant aux informations qu'ils diffusent en ligne**
- › **De nouvelles mesures d'authentification** pourraient voir le jour pour tenter de rétablir la confiance en ligne
- › Si la confiance dans l'IA continue de diminuer (voir l'idée 3), les gens pourraient **craindre d'être manipulés** par des flux de contenus adaptés à l'IA

► Si les moteurs de recherche ne peuvent pas trier efficacement le contenu de qualité du pourriel de l'IA, ils **risquent de ne plus être des sources de référence efficaces** pour toutes les requêtes

- › Les gens pourraient se fier à **quelques sources fiables** pour obtenir des informations en ligne
- › Les modèles actuels de commerce électronique pourraient être perturbés de manière imprévue



Notes de fin de texte

- 1 Lenhart, Amanda. « [Teens, Technology and Friendships](#) ». *Pew Research Center* (blogue), 6 août 2015.
- 2 Kaiser & associés. « [Les jeunes Canadiens développent une confiance croissante à l'égard des informations largement partagées sur les médias sociaux](#) », 15 novembre 2023.
- 3 Statistique Canada. « [Le quotidien – Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet, 2022](#) », 20 juillet 2023.
- 4 Association des banquiers canadiens. « [Fiche info – Les Canadiens et leurs activités bancaires](#) », 31 mars 2022.
- 5 International Trade Administration. « [Canada – Country Commercial Guide – eCommerce](#) », 4 novembre 2023.
- 6 Statistique Canada. « [Le quotidien – Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet, 2022](#) », 20 juillet 2023.
- 7 Doctorow, Cory. « [As Platforms Decay, Let's Put Users First](#) ». Electronic Frontier Foundation, 9 mai 2023.
- 8 « [Global Internet Phenomena](#) ». Sandvine, mars 2024. p. 8 et 9.
- 9 StatCounter Global Stats. « [Search Engine Market Share Worldwide](#) ». Consulté le 23 mai 2024.
- 10 Alexander, Julia. « [Creators Finally Know How Much Money YouTube Makes, and They Want More of It](#) ». The Verge, 4 février 2020.
- 11 Ball, James. « [Big Tech Can't Escape the Ad Business](#) ». The Atlantic, 1^{er} juin 2023.
- 12 Acumen Research and Consulting. « [Search Engine Optimization Services – Global Market and Forecast Till 2030](#) », février 2023.
- 13 Buckley, Thomas, Shaw, Lucas et Ghaffary, Shirin. « [OpenAI Courts Hollywood in Meetings With Film Studios, Directors](#) ». *Bloomberg.Com*, 22 mars 2024.
- 14 Pasion, Lorenz. « [Artists Fear Lack of Job Security, Regulations as AI-Made Song Covers Go Viral in TikTok](#) ». *RAPPLER* (blogue), 11 septembre 2023.
- 15 Statistique Canada. « [Le quotidien – Enquête canadienne sur l'utilisation d'Internet, 2022](#) », 20 juillet 2023.
- 16 Zandt, Florian. « [Infographic: How Dangerous Are Deepfakes and Other AI-Powered Fraud?](#) » Statista Daily Data, 13 mars 2024.
- 17 Al-Sibai, Noor. « [Bone-Chilling AI Scam Fakes Your Loved Ones'Voices to Demand Hostage Ransom](#) ». *Futurism*, 9 mars 2024.
- 18 Magramo, Kathleen. « [British Engineering Giant Arup Revealed as \\$25 Million Deepfake Scam Victim | CNN Business](#) ». *CNN*, 17 mai 2024.

© Sa Majesté le Roi du chef du Canada, 2025

Pour obtenir des informations sur les droits de reproduction : <https://horizons.gc.ca/fr/contactez-nous/>

PDF : PH4-211/2025F-PDF

ISBN : 978-0-660-76882-3

Also available in English under the title: AI could break the internet as we currently know it.

AVERTISSEMENT

Horizons de politiques Canada (Horizons de politiques) est le centre d'excellence en prospective du gouvernement du Canada. Notre mandat est de doter le gouvernement du Canada d'une perspective et d'un état d'esprit tournés vers l'avenir afin de renforcer la prise de décisions. Le contenu de ce document ne représente pas nécessairement le point de vue du gouvernement du Canada ou des agences et ministères participants.