

L'Intelligence artificielle (IA) est-elle un loup pour l'homme ?

La publicité du Noël d'Intermarché avec son loup végétarien mal aimé et la chanson de Clo-Clo a fait le buzz de la fin de l'année 2025. Le dangereux prédateur se met au régime légumes pour se faire des amis dans la forêt. Que faut-il en penser ? Tâchons de voir un peu plus loin.

DE LA BELLE OUVRAGE

Derrière ce conte touchant, ce qui a frappé le public, et les concepteurs de la pub l'ont largement souligné, c'est l'absence d'Intelligence Artificielle dans sa fabrication.

« Sans IA, fait main, 70 artistes, des mois de travail », on est loin des pubs Coca-Cola ou Mac Do, conçues sans doute à la va-vite, par des sociétés américaines de marketing comme Disney, Pixar, Marvel et autres.

Outre le fait que cette pub, soit française, (cocorico !), les consommateurs ont vu dans le mode artisanal rappelé sur tous les médias un retour aux bonnes vieilles méthodes anciennes où les valeurs et qualités humaines prédominent encore.

DU COUSU MAIN

Or l'IA, aussi sophistiquée soit-elle, demeure une machine reposant sur des algorithmes. Elle fonctionne hors du champ de la vie réelle, traitant les événements et les émotions de façon statistique, sans tenir compte du contexte existentiel.

Le public a donc apprécié le côté humain de la pub et les créateurs ne s'y sont pas trompés indiquant que seul ce côté humain pouvait restituer les « nuances émotionnelles » et les subtiles variations de nos états d'âme. On a mis en avant le travail de 60 collaborateurs pendant une période de 6 mois. Tout cela pour revendiquer une forme de travail à l'ancienne, quasi artisanale ; le produit a été façonné lentement - six mois de préparation -, et plus le temps est long, plus il aura de qualité. En opposition avec l'IA, qui suggère la vitesse, voire la hâte, la rapidité des calculs numériques.

« Sans cesse sur le métier reprenez votre ouvrage » ; la phrase de Boileau vaut aussi pour la création publicitaire ; avec ce loup, on est ici proche du fait-main, du sur-mesure, un peu comme le « fait-maison » affiché par les restaurateurs, pour refuser le décongelé industriel ou l'ultra-transformé des fastfoods.

Et le travail redevient donc une vertu telle que les anciens la concevait, une vertu que l'IA n'est pas (du moins pour l'instant) en mesure de se parer, d'autant qu'elle véhicule parfois un cortège de vidéos insanes ou de « deepfakes » hyper truquées ? Il suffit de se rappeler les récents exploits de Grok (outil du réseau social X d'Elon Musk) et de ses fausses vidéos à caractère sexuel.

BOUILLIE POUR COCHONS ET DANGER A TOUS LES ÉTAGES

Il existe d'ailleurs un mot pour qualifier ces contenus de piètre qualité voire indésirables, comme les spams ; on parle de « slop » ; le mot, qui à l'origine désigne de la bouillie pour cochons, a aussi été nommé mot de l'année 2025 par un dictionnaire américain pour qualifier une sorte de gloubi-boulga de contenus visuels ou sonores générés par l'IA.

Et avec ces dérapages, nous entrons là sur un autre terrain glissant : dans le domaine économique, où l'exigence de rentabilité rapide domine, l'IA prend une part croissante à l'activité ; ainsi, dans la grande distribution, logistique, gestion des stocks, flux tendus, variations des prix

sont déjà à la botte de l'IA. Et on pressent déjà que caissier(e)s, salarié(e)s des entrepôts, manutentionnaires et d'autres ont du souci à se faire.

La consommation à distance est bien entendu un des secteurs qui a le plus rapidement succombé aux promesses de l'IA ; celle-ci permet d'améliorer l'ergonomie des sites marchands et faciliter le processus d'achat grâce à l'analyse des comportements des visiteurs. Les publicités sont aujourd'hui ciblées grâce à la récupération souvent abusive des données. Trafics d'influence et manipulations sont des dangers qui guettent en permanence les consommateurs.

UN LOUP PEUT EN CACHER UN AUTRE

Aussi, ce loup et le label « sans IA » qui l'accompagne peut nous faire du bien et nous rassurer, du moins provisoirement. Notre loup végétarien dans cette gentille fable de Noël, va à l'encontre de sa nature. C'est presque un paradoxe vivant, une anomalie à contre-emploi.

Mais rappelons qu'il existe un autre loup, celui du Petit Chaperon Rouge, qui lui dévore son monde à pleines dents. Ce loup là est plus proche de la formule « homo homini lupus », l'homme est un loup pour l'homme. Alors ...

Pour l'instant, restons vigilants, méfions nous de l'IA sans pour autant la rejeter en essayant d'éviter la formule tragique : « comme vous avez de grandes dents ! » Il serait trop tard !

Frédéric Siuda, administrateur de l'UFC-Que Choisir de la Vienne

(texte fait sans l'IA, mais avec l'aide de Wikipédia, de la une de différents journaux et du site de Que Choisir)