

L'IA a sonné le glas de la recherche Google et d'internet

Pour la première fois de son histoire, le moteur de recherche voit son trafic baisser. Au profit des chatbots. L'IA ébranle tous les piliers du web : ses fondamentaux, ses géants, son modèle économique. Jusqu'à menacer son existence...

PHILIPPE LALOUX

Qui eût cru qu'onze ans à peine après son apparition dans le Larousse, le verbe *googliser* prendrait un tel coup de vieux ? Loin d'être ringard, voire enterré, le moteur de recherche affiche néanmoins des signes de fin de cycle. En 1998, la start-up créée par Larry Page et Sergey Brin avait bouleversé notre rapport au savoir : on ne disait plus : « Je l'ai lu dans le journal », mais : « Je l'ai vu sur le web. » Demain, on dira : « Je l'ai lu sur ChatGPT. » Des milliards d'utilisateurs, que l'instinct poussait dans les bras de Google à la moindre question, se tournent désormais vers ces robots pour obtenir des réponses instantanées. Et surtout, en mode conversationnel (écrit ou oral, grâce aux assistants vocaux), sans faire défiler des listes de liens vers des sites de référence. C'est la fin du « scroll », du clic et de l'hypertexte. De quoi ébranler tout l'écosystème du web.

L'étude publiée le 22 avril dernier par le bureau spécialisé en référencement OneLittleWeb traduit cette évolution radicale. Ses résultats ont d'ailleurs fait l'effet d'une bombe, jusqu'à Wall Street. Intitulée *Les chatbots vont-ils remplacer les moteurs de recherche ?*, l'analyse se penche sur deux années complètes de trafic web mondial (d'avril 2023 à mars

2025) et compare les dix principaux moteurs de recherche avec les dix principaux robots conversationnels vitaminés à l'IA.

Fin d'un règne sans partage

Au final, il n'y a pas photo : oui, les moteurs de recherche traditionnels dominant toujours outrageusement le marché avec un total de 1.860 milliards de visites. Soit 34 fois plus que les chatbots (qui totalisent 55,2 milliards de visites). Le fossé reste énorme. Sauf que, pour la première fois de leur histoire, les moteurs de recherche ont affiché un recul annuel de 0,51 %. Même s'il capte à lui seul 1.631 milliards de visites, la chute est douloureuse pour Google (-1,4 %). Et vertigineuse pour Yahoo ! (-22,5 %). Pendant ce temps, les robots se sont envolés avec une croissance annuelle de 81 %. En nouveau maître des lieux : ChatGPT, avec une part de marché écrasante de 86,32 % (47,7 milliards de visites).

Pour OneLittleWeb, les signaux sont clairs : Google effleure les prémices d'une fin de règne sans partage. Ce que les investisseurs ont d'ailleurs bien capté. Le 7 mai, le cours d'Alphabet, sa maison mère, chutait soudainement de plus de 6 %. En cause : les confidences d'un cadre d'Apple, Eddy Cue, au procès antitrust auquel fait actuellement face la firme de Mountain View (et qui pourrait se solder par son démantèlement). Le moteur de recherche Google installé par défaut sur l'iPhone avait enregistré une baisse de trafic le mois dernier. Une première depuis 20 ans. « C'est parce que les gens utilisent ChatGPT ou Perplexity », a-t-il lancé benoîtement, tout en glissant qu'Apple envisageait de couper le cordon avec le moteur de recherche de Google. Au profit de qui ? Le nom du chatbot en vogue, Perplexity, se murmure...

La pilule est d'autant plus amère que ces robots se présentent de plus en plus comme des « moteurs de réponses ». ChatGPT a désormais accès au web en

temps réel, au même titre que Perplexity. Cette start-up, soutenue financièrement par le fondateur d'Amazon Jeff Bezos, le géant des processeurs Nvidia et la banque japonaise SoftBank, ambitionne clairement de devenir le principal concurrent de Google. Et pas seulement pour la recherche en ligne. OpenAI (ChatGPT) s'est aussi attaqué frontalement à Google Shopping en intégrant des fonctionnalités d'achat. De son côté, Perplexity vient d'annoncer un partenariat avec Paypal, inaugurant l'ère du « shopping conversationnel ». Au passage, c'est tout le marché de la publicité, phagocyté depuis plus de 20 ans par les Gafam, Google et Meta en tête, qui risque de pivoter vers les éditeurs de robots.

Ceux-ci dominent d'ailleurs déjà le trafic internet mondial. Selon deux études récentes (de F5 Labs et de Thales), plus de la moitié des contenus circulant dans les « tuyaux » sont générés automatiquement. A eux seuls, les bots malveillants réalisent 37 % de ce trafic. Dis autrement, le trafic humain sur internet ne représente désormais que 49 % et les « bons » bots seulement 18 %.

Wikipédia en danger

Ce « hold-up » a des conséquences jusqu'au fonctionnement de Wikipédia. En cause : les « crawlers », ces robots mis en place par tous les éditeurs d'IA génératives (Open IA, Meta, Anthropic, Amazon, Google, Microsoft, Mistral...) qui parcourent frénétiquement les milliards de milliards de pages web pour en aspirer le contenu, entraîner leurs grands modèles de langage, et récupérer le dernier carat de l'information pour répondre aux demandes de leurs utilisateurs. « Le volume de trafic généré par les robots « scrapeurs » est sans précédent et présente des risques et des coûts croissants », a alerté Wikipédia. En août 2023, Reporters sans frontières avait invité « tous les médias à configurer leurs sites pour éviter qu'OpenAI ne récupère

leur contenu gratuitement ».

Aucun site web au monde, en particulier ceux des médias, n'échappera au duel que se livrent les moteurs de recherche et les robots conversationnels. Déjà aujourd'hui, selon le dernier rapport du Reuters Institute, le public passe plutôt par les réseaux sociaux pour s'informer (30 %), au détriment de l'accès direct sur un site ou une application d'un média (22 %). Le graal, pour tout éditeur, était de voir son contenu apparaître en tête des résultats d'un moteur de recherche. Sauf que, désormais, « les moteurs de réponses » feignent de livrer des synthèses de l'info, clé sur porte. Qu'importe le taux d'erreur ou les mentions, parfois très aléatoires, de leurs sources, l'internaute estime en avoir pour son compte.

Ces robots retiennent les utilisateurs dans leur propre écosystème. On passe donc d'un internet ouvert, comme le voulaient ses fondateurs, à un internet fermé

Un éditeur de presse

”

La fin de l'économie du clic

« Le cœur du problème est là », nous glisse un éditeur de presse. « Ces robots retiennent les utilisateurs chez eux, dans leur propre écosystème. On passe donc d'un internet ouvert, comme le voulaient

ses fondateurs à l'origine, à un internet fermé. On ne clique plus. » Et sans clics, c'est tout l'économie du clic qui fatalement en prend un coup, celle qui consiste à générer des revenus publicitaires en poussant l'internaute à pointer son curseur de souris ou son doigt sur une bannière ou un lien sponsorisé. Avec l'IA, c'est précisément l'inverse qui se produit : moins il cliquera, plus il rapportera. La place de plus en plus marginale accordée aux contenus des médias dans les flux algorithmiques des réseaux sociaux est une des conséquences en cascade de cette évolution.

Google, loin d'être sonné, l'a bien compris aussi. En 2024, la recherche pesait encore 198 milliards de dollars de chiffre d'affaires (soit 57 % de ses revenus). Mais l'urgence est à la diversification. A l'instar de toutes les Gafam, les seules à en avoir les moyens, la firme investit massivement dans les « tuyaux » (pour contrôler le trafic), les *data centers* (pour contrôler les données) et l'IA (pour capter les internautes dans leur propre écosystème). Cette concentration de pouvoirs inédite entre les mains des Big Tech remet profondément en cause le principe de neutralité du web, un de ses piliers fondateurs.

Ce mardi, Google annonçait lui-même une volée d'innovations, à ce point disruptives avec son propre modèle qu'elles relèguent *de facto* la « bonne vieille recherche Google » au rayon antiquité. Et donc, l'expérience web en elle-même. L'offensive est claire : s'imposer comme le champion de l'IA de masse : déploiement massif de « AI Overviews » (ces réponses en langage naturel généré par l'IA qui apparaissent en haut des résultats de recherche), lancement de Google AI Mode qui ouvre l'ère des « moteurs de réponses », façon ChatGPT Search et Perplexity...

Un monstre consanguin

Alors que l'internet des pionniers s'imaginait universel, les stratégies déployées par les géants « traditionnels » du web pour contrer l'ascension de ChatGPT et consorts ont donc pour effet inverse de le cadencasser entre les mains d'une poignée d'acteurs. De le balkaniser, aussi, entre un internet américain, chinois et russe. Mais aussi, peut-être, d'en sonner le glas. Ce phénomène a été surnommé « Habsburg AI » par le chercheur Jathan Sadowski (Emerging Technologies research Lab), allusion aux effets néfastes de la consanguinité au sein de la dynastie des Habsbourg, au XV^e et XVI^e siècles. Contaminé par les contenus synthétiques et peu fiables générés par des algorithmes biaisés, le web se transforme inéluctablement en une sorte de monstre consanguin qui se nourrit de ses propres données.

BRUXELLES

La nouvelle bourgmestre de Schaerbeek, Audrey Henry (MR), a prêté serment

La nouvelle bourgmestre de Schaerbeek Audrey Henry a prêté serment mercredi matin devant le ministre bruxellois des Pouvoirs locaux, Bernard Clerfayt. Conformément au deal conclu entre libéraux et socialistes, M^{me} Henry (MR) exercera son mandat jusqu'au 1^{er} février 2028, date à laquelle elle cédera le témoin à Hasan Koyuncu (PS). Juriste de formation, et originaire de la région du Centre, Audrey Henry s'est installée à Bruxelles il y a plusieurs années. Elle s'y est forgé une solide expérience dans les cabinets de Didier Reynders, alors vice-Premier et ministre de la Justice, et de Sophie Wilmès, devenue Première ministre, à la fin de l'année 2019, dans le contexte de la gestion de la crise liée à la pandémie de covid. Candidate aux élections fédérales de 2019, elle a été propulsée en septembre dernier sur le devant de la scène électorale à Schaerbeek, après le retrait de la candidate tête de liste libérale Hadja Lahbib. BELGA



© BELGA.