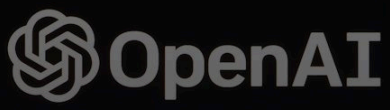
KLEAA

Lire en ligne



ChatGPT va compter vos demandes les plus lourdes dès décembre

Bon lundi à tous.

Dès décembre, ChatGPT va compter vos demandes les plus lourdes, et le « tout compris » touche à sa fin. Derrière certains assistants IA, ce sont encore des humains qui décrochent le téléphone. Et pendant qu'Amazon ferme sa porte aux agents IA, la banque Santander annonce 194 millions d'euros de gains grâce à l'IA. On vous explique tout en 5 minutes.

Quelqu'un devrait lire ça ?

AU SOMMAIRE

01 Dès décembre, les demandes complexes faites à ChatGPT puiseront dans un budget limité

02 Derrière certains assistants IA qui font vos démarches, ce sont encore des humains qui passent les appels

03 L'IA aide Meta à faire grimper sa publicité 2 fois plus vite que Google

04 Amazon et JPMorgan ferment leurs portes aux assistants IA qui achètent et paient à votre place

05 La banque Santander chiffre à 194 millions d'euros ce que l'IA lui a rapporté en 9 mois



01

Dès décembre, les demandes complexes faites à ChatGPT puiseront dans un budget limité

OpenAI va regrouper le chat et Codex (son outil qui écrit du code) dans une seule réserve d'utilisation pour les abonnés Plus, Pro et Business. Une fois la réserve vidée, il faudra attendre, changer de formule ou payer un supplément.

L'annonce date du 31 octobre. À partir de décembre, OpenAI fusionne les 2 modes de ChatGPT, le chat classique et Work (le mode où l'IA enchaîne seule des tâches longues), dans une seule interface. Surtout, les abonnés Plus, Pro et Business n'auront plus de compteurs séparés : leurs conversations et leur usage de Codex puiseront dans un même budget, compté en jetons (les petits morceaux de texte que l'IA lit et écrit, son unité de facturation).

Le principe est simple : plus la tâche est lourde, plus elle coûte. Analyser un long document avec le modèle le plus puissant vide la réserve bien plus vite qu'une question rapide. Les échanges avec les modèles Instant (les versions rapides et légères de ChatGPT) restent hors compteur. Le solde et la date de remise à zéro s'affichent dans les réglages. Une fois le plafond atteint, 3 options : attendre, passer à une formule plus chère ou acheter des crédits. OpenAI n'a pas publié les volumes inclus dans chaque formule.

OpenAI limite aussi désormais le nombre d'abonnements payants rattachés à une même carte bancaire ou à un même appareil, pour empêcher de multiplier les comptes bon marché. Le message est clair : l'époque du « tout compris » s'achève. Les équipes qui utilisent ChatGPT pour du code ou des tâches longues ont intérêt à suivre leur consommation dès les premières semaines de décembre, et à réserver les modèles les plus puissants aux tâches qui le justifient.

Le regard KLEAA

Ce changement fait passer l'IA d'un abonnement fixe à une dépense variable, un peu comme l'électricité. Le bon réflexe : pendant 2 semaines, notez ce que vous confiez à ChatGPT et repérez ce qui demande vraiment le modèle le plus puissant. Reformuler un mail ou résumer une réunion passe très bien avec une version rapide, qui ne sera pas

décomptée. Et si vous payez plusieurs outils d’IA, c’est le moment de comparer leur coût réel par tâche, pas leur prix affiché par mois.



Auguste Freton
Rédacteur KLEAA



02

Derrière certains assistants IA qui font vos démarches, ce sont encore des humains qui passent les appels

Plusieurs jeunes entreprises américaines qui vendent un agent IA (un logiciel censé accomplir des tâches à votre place) confient en réalité les appels et les vérifications à des travailleurs humains. Les IA ne savent pas encore tout faire seules.

L'enquête a été publiée par la chaîne américaine CNBC le 31 octobre. Dazzle AI, fondée par Marissa Mayer, l'ancienne patronne de Yahoo, utilise les meilleurs modèles d'IA pour dresser une liste d'artisans ou de produits, puis fait vérifier le résultat par des personnes. Dans un exemple cité, l'IA a confondu une vitre de fenêtre avec un plateau de table en verre, et un humain a corrigé l'erreur en quelques secondes. Wajo AI fait appel à des personnes pour passer les coups de fil et franchir les CAPTCHA (les petits tests « je ne suis pas un robot » des sites web).

Duckbill va plus loin : la société vient d'ouvrir un service qui permet à d'autres entreprises d'envoyer des tâches à des travailleurs indépendants, comme Uber envoie des courses à des chauffeurs. Sa patronne explique découper chaque demande en tout petits morceaux qu'un adulte ordinaire peut réaliser sans erreur. Meta, qui avait testé des sous-traitants humains pour passer des appels avec son assistant Muse, affirme ne plus le faire aujourd'hui.

Ces dirigeants l'assument : sans humain, l'utilisateur abandonne l'agent dès le premier échec. Le revers, c'est la confidentialité. Quand une démarche personnelle ou professionnelle est confiée à un assistant, rien ne garantit qu'une IA seule la traitera. Avant de brancher un tel service sur des données clients ou des échanges sensibles, il vaut mieux demander qui, concrètement, lit et exécute les demandes.



03

L’IA aide Meta à faire grimper sa publicité 2 fois plus vite que Google

Entre juillet et septembre, les revenus publicitaires de Meta (Facebook, Instagram) ont bondi de 26 %, contre 12 % pour la recherche Google. D’un côté, un assistant IA qui conçoit les campagnes des annonceurs. De l’autre, des internautes qui cliquent moins sur Google.

Les chiffres ont été détaillés le 1er novembre par CNBC. Meta a encaissé 63,1 milliards de dollars de publicité en 3 mois, la recherche Google 63,4 milliards : les 2 activités pèsent désormais presque autant. L’écart de croissance, 14 points, est le plus large depuis 2021.

Chez Meta, l’IA travaille pour l’annonceur. Un assistant intégré au gestionnaire de publicités propose le public visé, les visuels et le budget. Selon la directrice financière Susan Li, les annonceurs qui suivent ses recommandations obtiennent près de 5 % de conversions en plus (achats, inscriptions, demandes de devis) et ont augmenté leurs dépenses de 9 %. Près de 10 millions d’annonceurs ont utilisé au moins un outil IA de Meta au cours du trimestre.

Chez Google, l’IA joue contre la publicité classique. De plus en plus d’internautes posent leurs questions à ChatGPT, à Claude ou à Muse, l’assistant de Meta, et les résumés IA affichés en haut de Google donnent la réponse sans qu’on clique. Résultat : un nombre record de recherches, mais des revenus qui ralentissent. Le signal est double pour les petites marques : la publicité sur Instagram et Facebook devient plus simple à piloter avec l’IA, mais le trafic gratuit venu de Google risque de continuer à baisser.



04

Amazon et JPMorgan ferment leurs portes aux assistants IA qui achètent et paient à votre place

De grands commerçants et banques américains bloquent les agents IA (des logiciels qui naviguent, achètent ou gèrent un compte pour vous). Et quand un client leur confie quand même ses identifiants, c'est lui qui assume les erreurs.

D'après une enquête de CNBC publiée le 1er novembre, JPMorgan Chase, Charles Schwab, Amazon, Kohl's et Neiman Marcus empêchent les assistants comme Muse, l'agent de Meta, d'agir pour leurs clients. Amazon a demandé à Meta de retirer son site de l'expérience. Walmart a fait le choix inverse et ouvre son site aux agents. Un audit de 51 grands commerçants américains montre que 37 bloquent ces agents par accident, avec de vieilles règles anti-robots, et qu'aucun ne permet à un agent vérifié de finaliser un achat.

Côté banques, le problème vient des identifiants. La règle américaine qui devait organiser l'accès aux données bancaires est bloquée en justice : beaucoup d'agents se connectent donc avec le login et le mot de passe du client. JPMorgan bloque cette pratique quand il le peut. Wells Fargo a choisi une autre voie : à partir du 24 novembre, toute instruction donnée par un agent avec les identifiants d'un client sera traitée comme venant du client lui-même. Si l'agent se trompe, c'est le client qui en répond.

Une norme commune, le Personal Agent Protocol (un standard qui permet à un agent de s'identifier et de demander un accès limité à la lecture ou complet), est poussée par Meta et la start-up Sierra. BBVA, Bank of America et Wells Fargo l'ont rejointe. Selon Accenture, 82 % des consommateurs veulent valider chaque action d'une IA sur leur argent. Tant que ces règles ne sont pas fixées, confier ses accès bancaires à un agent reste un pari. Et un site marchand qui ne décide rien peut se fermer sans le savoir à une nouvelle façon d'acheter.



05

La banque Santander chiffre à 194 millions d’euros ce que l’IA lui a rapporté en 9 mois

De grandes entreprises hors de la tech commencent à mettre un montant précis sur les gains de l’IA dans leurs résultats. Santander, Novartis et Standard Chartered disent en voir l’effet dans leurs comptes.

Le chiffre a été mis en avant par CNBC le 1er novembre, en pleine saison des résultats trimestriels. Santander, l’une des plus grandes banques européennes, affirme que ses projets d’IA ont généré 194 millions d’euros (216 millions de dollars) de valeur sur les 9 premiers mois de 2026. Son directeur financier, José García Cantera, explique que l’IA retire aux équipes les tâches à faible valeur, et que la banque peut désormais relier une partie de ses revenus et de ses économies directement à ces outils.

Le laboratoire pharmaceutique suisse Novartis va dans le même sens. Son patron, Vas Narasimhan, parle du premier trimestre où il voit l’IA améliorer concrètement ses comptes, notamment dans la recherche, le marketing et la vente, sans en donner la part exacte. La banque Standard Chartered cite l’IA parmi les moteurs d’une hausse de 14 % de son résultat d’exploitation. Le brasseur danois Carlsberg reste prudent : l’IA aide déjà sur les prix, le marketing et la logistique, mais pas encore à grande échelle.

Le contexte compte : les entreprises ont investi 581,7 milliards de dollars dans l’IA en 2025, selon l’AI Index de l’université Stanford, et les investisseurs réclament désormais des preuves. La méthode de Santander est la plus utile à retenir : compter, projet par projet, le temps gagné et le chiffre d’affaires créé. Sans cette mesure, un budget IA devient difficile à défendre face à un banquier, un associé ou un investisseur.



LE GRAND ANGLE

Corridor confie à l'IA la paperasse des assurances santé des petites entreprises

États-Unis (New York) · Assurance santé · IA + conseillers

Corridor est une start-up new-yorkaise qui joue le rôle de courtier en assurance santé pour les entreprises de 1 à 500 salariés. Ses agents IA comparent les offres, préparent les devis et gèrent les inscriptions, pendant que des conseillers humains aident le dirigeant à choisir.

Aux États-Unis, c'est le plus souvent l'employeur qui fournit l'assurance santé de ses salariés. Pour choisir, les entreprises passent par un courtier (un intermédiaire payé pour comparer les assureurs et négocier). Problème : un client de 8 salariés demande autant de travail qu'un client de 800, mais rapporte bien moins de commissions. Les grands courtiers délaissent donc les petites structures. Corridor, lancée en septembre avec 25 millions de dollars levés auprès du fonds Bain Capital Ventures, s'est construite pour ce marché oublié.

Le travail est coupé en 2. Les agents IA (des logiciels qui exécutent seuls une suite de tâches) prennent tout ce qui est répétitif : rassembler les informations de l'entreprise et de ses contrats actuels, comparer les offres des assureurs, rédiger les propositions, gérer l'inscription des salariés et échanger avec les compagnies. Ils peuvent aussi vérifier si un médecin fait partie du réseau d'un assureur. Les conseillers, eux, sont des courtiers agréés : ils passent leur temps à expliquer au dirigeant les options, les coûts et les compromis.

La valeur est là : en retirant la paperasse, Corridor rend rentable un client que les autres refusent. La société affirme que ses clients économisent en moyenne 20 % sur leur budget santé, sans réduire la couverture. Elle travaille déjà avec des cabinets dentaires, des kinés, des hôtels et restaurants ou des sociétés de gestion de patrimoine. Et elle arrive au bon moment : selon son patron, Nikhil Aggarwal, 80 % des petites entreprises américaines choisissent leur assurance santé au 4e trimestre, c'est-à-dire maintenant.

La leçon dépasse l'assurance. Corridor ne vend pas un logiciel : elle vend un service de courtage, et utilise l'IA pour en baisser le coût de production. Le principe se copie dans beaucoup de métiers de conseil (comptabilité, recrutement, assurance, immobilier) : confier à l'IA les tâches administratives qui rendent les petits clients non rentables, et garder l'humain pour la décision et la relation.