

KLEAA

Lire en ligne

Faute d’électricité, Anthropic achète ses propres générateurs au gaz

Bon mardi à tous.

Anthropic, le créateur de Claude, dépense 3,4 milliards de dollars pour produire lui-même son électricité. Disney confie à Adobe des IA d’images à ses couleurs, et un chercheur monte un site complet en un week-end avec Claude. Fabriquer avec l’IA devient simple, l’alimenter devient le vrai casse-tête.

Quelqu’un devrait lire ça ?

AU SOMMAIRE

01 Anthropic dépense 3,4 milliards de dollars en générateurs au gaz pour alimenter ses IA

02 Disney charge Adobe de créer des IA d’images qui ne connaissent que ses propres personnages

03 Un chercheur réputé a créé un site de vidéos complet en un week-end avec Claude

04 Le propriétaire de WordPress.com lance un service pour mettre en ligne les applications créées par IA

05 Medium lance une application d’écriture gratuite où l’auteur peut montrer comment il a utilisé l’IA



01

Anthropic dépense 3,4 milliards de dollars en générateurs au gaz pour alimenter ses IA

Le créateur de Claude achète des machines capables de produire autant d'électricité qu'une grosse centrale. La raison : le réseau électrique ne suit plus la demande des centres de données (les entrepôts d'ordinateurs qui font tourner les IA).

Selon le Financial Times, Anthropic a acheté pour environ 3,4 milliards de dollars de générateurs Caterpillar fonctionnant au gaz naturel, une information rendue publique le 8 novembre. Ensemble, ils peuvent fournir jusqu'à 1,7 gigawatt, soit l'ordre de grandeur de 1 à 2 réacteurs nucléaires. Ces machines avaient été commandées il y a environ 2 ans par OnePWR, un fournisseur texan qui n'a pas réussi à financer l'achat. Ni Anthropic ni OnePWR n'ont commenté.

Le geste est inhabituel. Jusqu'ici, Anthropic louait sa puissance de calcul plutôt que d'acheter du matériel : son dossier d'entrée en Bourse indique qu'il verse 1,25 milliard de dollars par mois à xAI, la société d'IA rattachée à SpaceX, jusqu'en mai 2029. Mais l'électricité manque. Pour obtenir une turbine à gaz neuve, l'attente court jusqu'au début des années 2030, et le raccordement au réseau prend souvent aussi longtemps. Google, Amazon, Microsoft et Meta prévoient tous des centrales au gaz installées directement sur leurs sites.

Le pari a un coût caché : le prix du gaz. Certains analystes s'attendent à ce qu'il soit multiplié par plus de 3 sur certains marchés d'ici la fin de la décennie. Au bout de la chaîne, le tarif d'un abonnement à une IA dépend donc aussi du prix de l'énergie, comme une facture de transport dépend du prix du carburant.

Le regard KLEAA

L'IA est souvent présentée comme un simple logiciel, immatériel et de moins en moins cher. Cet achat montre l'inverse : les leaders du secteur deviennent aussi des producteurs d'énergie, avec des investissements lourds à rembourser. Tant que l'électricité reste rare, il serait imprudent de bâtir un budget sur l'idée que le prix des outils d'IA va forcément baisser.

Si le prix du gaz triple, qui paiera la différence : Anthropic, ses investisseurs, ou ses clients ?



02

Disney charge Adobe de créer des IA d’images qui ne connaissent que ses propres personnages

Le groupe de divertissement s’allie à Adobe, l’éditeur de Photoshop, pour fabriquer des IA entraînées uniquement sur ses dessins, ses décors et son style. Objectif : produire des images sans risque juridique.

L’accord, conclu pour plusieurs années, a été annoncé lors de la conférence annuelle d’Adobe et relayé le 9 novembre. Adobe utilisera Firefly Foundry, son service qui fabrique des modèles d’IA sur mesure, pour créer des IA nourries des personnages, des environnements et du style visuel de Disney. Elles serviront aux parcs d’attractions, à la compagnie de croisières, aux studios de cinéma et à ESPN, la chaîne sportive du groupe, qui veut aussi tirer parti de ses archives.

Le mot clé de l’annonce est « commercialement sûr ». Une IA d’images classique a appris à partir de millions d’images trouvées sur internet, dont certaines sont protégées par le droit d’auteur. Une IA entraînée sur le seul catalogue de Disney ne produit que des variations de ce qui lui appartient déjà. Les équipes qui conçoivent les attractions des parcs utilisent d’ailleurs déjà Firefly.

Le contexte compte : Disney avait signé un accord avec OpenAI avant de s’en retirer, et prévoit, selon Bloomberg, de supprimer des milliers de postes pour réduire ses coûts de 20 % par an. Pour toute marque qui possède des visuels, la voie se précise : plutôt qu’une IA générique, une IA entraînée sur ses propres créations, dont l’origine est maîtrisée.



03

Un chercheur réputé a créé un site de vidéos complet en un week-end avec Claude

Andrej Karpathy, l'un des fondateurs d'OpenAI, a demandé à Claude de fouiller 20 ans de discussions en ligne pour en tirer les vidéos les plus recommandées. Il n'a presque rien codé lui-même.

Le projet s'appelle HackerTube. Hacker News est un forum très suivi par les développeurs et les créateurs de start-up. Claude a passé au crible 43 millions de commentaires publiés en 20 ans et en a extrait 6 454 vidéos que les membres se recommandent sans cesse. Karpathy, qui travaille aujourd'hui comme chercheur chez Anthropic, juge le résultat « nettement meilleur » que les suggestions de YouTube.

Presque tout le travail a été fait par Claude Code, de l'analyse des données à l'installation du serveur. Ses seules tâches manuelles : obtenir une clé d'accès chez Google, louer un serveur et acheter le nom de domaine. Il a ensuite lancé un second site, TristanTube, qui rassemble 47 000 vidéos tirées d'une liste de chaînes YouTube, fabriqué selon lui « en 3 minutes ».

D'après Karpathy, des projets qui demandaient des semaines se bouclent désormais en quelques heures. Le site lui-même est volontairement simple : pas de compte à créer, pas de mot de passe, des réglages gardés dans votre navigateur. C'est exactement le type de petit outil ciblé qu'une équipe réduite peut maintenant se fabriquer pour son propre usage.

Le regard KLEAA

Le plus instructif n’est pas la vitesse, c’est le choix du problème. Karpathy n’a pas tenté de concurrencer YouTube : il a trié une masse de données qu’il connaissait bien pour répondre à un besoin précis, le sien. L’IA rend la fabrication presque gratuite, mais elle ne dit pas quoi fabriquer. Savoir formuler le bon besoin devient la compétence qui compte.

Karpathy est l’un des meilleurs ingénieurs au monde : il sait exactement quoi demander et repérer une erreur, ce qui n’est pas le cas de tous les utilisateurs.



04

Le propriétaire de WordPress.com lance un service pour mettre en ligne les applications créées par IA

Automattic présente Spacefast. Vous décrivez une application à une IA comme ChatGPT ou Claude, et le service se charge de la rendre accessible sur internet, avec comptes utilisateurs, données et e-mails.

Lancé publiquement le 9 novembre après 2 mois de test, Spacefast vise ce qu'on appelle le vibe coding (créer un logiciel en décrivant ce que l'on veut, sans écrire le code soi-même). Le blocage arrive souvent juste après : une application qui fonctionne sur un ordinateur doit encore être hébergée, gérer des connexions et stocker des informations. Spacefast fournit ces briques : base de données (l'endroit où sont rangées les informations), connexion des utilisateurs, envoi de fichiers, e-mails et statistiques de visite.

Sa différence avec Lovable ou Emergent, déjà installés sur ce créneau : vous choisissez l'IA qui écrit le code. Le service se branche sur ChatGPT, Claude, Grok, Cursor et une dizaine d'autres, ainsi que sur les outils d'Automattic, comme la boutique en ligne WooCommerce. Les usages visés restent modestes : maquettes internes, présentations, pages dédiées à une offre commerciale.

Le contexte explique le pari. Beaucoup de sites perdent des visiteurs au profit des réponses données directement par les IA, et Automattic, qui vit du web classique, a lancé des licenciements en octobre. Le prix n'a pas été communiqué. Le signal reste net : la mise en ligne, l'étape la plus pénible quand on fabrique soi-même un outil, devient elle aussi accessible sans compétence technique.



05

Medium lance une application d’écriture gratuite où l’auteur peut montrer comment il a utilisé l’IA

La plateforme de blogs Medium sort TK, un éditeur de texte avec un assistant IA intégré. Particularité : l’auteur peut joindre une note qui explique ce que l’IA a fait dans son texte.

L’application, lancée le 9 novembre, est gratuite pour tout détenteur d’un compte Medium et fonctionne pour l’instant dans le navigateur. On appelle l’assistant en tapant « @TK » suivi d’une demande. Il répond à des questions rapides, retrouve vos anciennes notes et brouillons, propose des idées de sujets et donne un avis sur un texte ou un titre. Le nom vient du jargon des journalistes : « TK » marque l’endroit où il manque encore une information.

La vraie nouveauté est la transparence. Medium dit vouloir rendre l’origine d’un texte « claire, transparente et vérifiable ». Le débat est vif : des auteurs ont perdu des contrats d’édition sur un simple soupçon d’usage de l’IA, alors que les logiciels censés repérer un texte écrit par une IA restent peu fiables.

Les textes ne sont pas chiffrés, mais l’accès à chacun peut être restreint. La tendance dépasse Medium et concerne tous ceux qui publient, d’une newsletter à un post professionnel : dire comment on utilise l’IA pourrait devenir un argument de confiance, plutôt qu’un aveu à cacher.

LE CHIFFRE

14 %

de demandes réglées en plus chaque heure par les conseillers du service client aidés par une IA

Une étude a comparé des conseillers de service client qui travaillaient avec ou sans assistant IA : ceux qui en avaient un ont résolu 14 % de ca supplémentaires par heure.

Le principe : des conseillers qui répondent aux clients par messagerie ont reçu un assistant IA qui leur suggère des réponses pendant la conversation. I restaient libres de suivre ou d'ignorer ces suggestions. On a ensuite compté le nombre de demandes réglées par heure, avec et sans l'outil.

Résultat : 14 % de cas résolus en plus par heure. C'est un gain mesuré sur un vrai métier, loin des promesses de productivité doublée. Et il n'est pas réparti également : l'effet porte surtout sur les conseillers les moins expérimentés, ceux qui ont le plus à apprendre des bonnes réponses.

Conséquence concrète : le service client reste l'un des usages de l'IA les plus faciles à justifier, à condition d'en attendre un gain raisonnable. Sur une équipe de 5 conseillers, 14 % de plus revient à dégager l'équivalent de 0,7 poste à temps plein. Et c'est d'abord chez les nouveaux arrivants que l'outil s rentabilise, en raccourcissant le temps nécessaire pour devenir efficace.