

ChatGPT veut, vraiment, nous rendre totalement accros

Fil d'info personnalisé, coach, conseiller, assistant personnel, intermédiaire transactionnel... OpenAI entend transformer son agent conversationnel en interface indispensable. Dont nous serions totalement dépendant.

PHILIPPE LALOUX

Encore un matin. 7h15. Léa n'a pas encore posé un pied hors du lit que son téléphone vibre. C'est le briefing du jour mijoté par ChatGPT. L'IA lui résume l'actu, annonce la météo sur son trajet, suggère un petit-déjeuner sans gluten. Et propose un cadeau d'anniversaire pour son frère. Sous la douche, elle lui demande de calculer le budget de son prochain week-end à Amsterdam. Et, tant qu'à faire, de réserver son Eurostar. En quittant son appartement, elle accepte la recommandation d'une veste d'automne « parfaitement assortie à son style ». Elle se l'offre en un clic, grâce à la fonction *Instant check-out*.

Dans le métro, un fil de vidéos générées à 100 % par l'IA et recommandées « pour vous », l'aspire dans un scroll infini. L'assistant lui glisse aussi une offre d'emploi correspondant à ses compétences. A la pause déjeuner, Léa suit sa séance de yoga sur mesure. En fin d'après-midi, elle révise son espagnol dans une conversation que ChatGPT adapte en temps réel à ses progrès.

Plus qu'un bête agent

Un brin surréaliste, ce scénario esquisse un avenir que façonne déjà OpenAI. Ces derniers jours, l'entreprise a multiplié les annonces tendant à faire de ChatGPT bien plus qu'un bête agent conversationnel : un compagnon omniprésent dans le moindre recoin de nos vies numériques. Et bientôt, de nos vies tout court. OpenAI déroule, semaine après semaine, les briques de ce futur intégré où son assistant serait à ce point utile qu'il deviendrait impensable de s'en passer. On refait l'inventaire.

ChatGPT Pulse : lancé l'été dernier, ce service réservé aux abonnés Pro envoie chaque matin un briefing personnalisé, mêlant actualité, météo, idées de repas, rappels, recommandations culturelles ou financières. Une façon de faire de ChatGPT la première interaction de la journée (avant Google, Facebook ou autres applications médias, donc).

Fonction « Agents » : annoncée comme l'étape majeure de l'automne 2025, elle permettrait à ChatGPT d'exécuter des tâches complexes sans inter-

vention humaine directe, comme gérer des mails, réserver un voyage, gérer une comptabilité, négocier un contrat, vous donner des conseils de vie... « Cela fonctionne super bien si vous dites à ChatGPT ce qui est important pour vous », avance Sam Altman, patron d'OpenAI, sur X (ce qui, au passage, ne manque de poser de vraies questions de vie privée).

Conseils d'achat et recommandations personnalisées : grâce à l'évolution de GPT-4o et de l'IA « agentique », ChatGPT n'est plus un simple conseiller, mais un intermédiaire transactionnel. Il repère des offres, les compare, gère le paiement, voire déclenche une commande en votre nom.

Fonction « Instant check-out » : depuis le 29 septembre, seulement aux Etats-Unis pour l'instant, cette fonctionnalité permet d'acheter directement un produit suggéré par ChatGPT sans quitter l'application, rapprochant l'assistant de l'expérience d'un Amazon intégré.

Et voici le dernier-né : un fil continu de vidéos recommandées « pour vous ». Du TikTok pour jus, donc. Sauf qu'ici, les vidéos sont entièrement générées par l'IA, dans un environnement contrôlé par OpenAI. Cette fonctionnalité ne serait « que le début », « la fondation » d'un futur où se « connectent entreprises et personnes pour la prochaine ère du commerce », explique OpenAI sur son site, tout en glissant que l'entreprise devrait générer 13 milliards de revenus en 2025

Ecosystème fermé

Mis bout à bout, ces services finissent par composer un écosystème pensé pour ancrer l'utilisateur dans l'univers ChatGPT du matin au soir, en snobant toute plateforme concurrente. Cette logique d'« enveloppement » rappelle celle d'Apple avec son écosystème fermé, ou de Google avec ses services intégrés, mais elle va plus loin : OpenAI ambitionne d'être l'intermédiaire par défaut de nos décisions, de nos achats, de nos apprentissages, de notre job ou de nos loisirs. Demain, parie l'entreprise, nous n'ouvrirons plus dix applications pour dix usages, nous parlerons simplement à une IA capable de tout



OpenAI cherche à s'étendre horizontalement. Il tente donc de rendre l'expérience utilisateur de plus en plus addictive en multipliant les nouveaux services. Tout cela implique des investissements monstrueux, on parle de centaines de milliards

Nicolas van Zeebroeck
Professeur à la Solvay Brussels School

”

Ces derniers jours, OpenAI a multiplié les annonces tendant à faire de ChatGPT bien plus qu'un bête agent conversationnel. © PEXELS.

faire, une sorte de « méta-interface » qui intègre toutes les fonctions : chercher, acheter, apprendre, réserver, comparer, produire, etc. De quoi, au passage, changer de centre de gravité : le smartphone, pivot de nos vies numériques depuis près de 20 ans, pourrait bien céder sa place à un robot conversationnel.

C'est, à tout le moins, l'ambition d'OpenAI. « On n'y est pas encore », tempère Nicolas van Zeebroeck, professeur à la Solvay Brussels School et auteur de l'essai *L'économie numérique, enjeux et ressorts d'une révolution* (Editions de l'ULB). « Mais, très clairement, les annonces vont dans ce sens-là : amener la technologie vers cette idée d'interface universelle entre les utilisateurs et le monde numérique. » Et comme l'agent conversationnel ne permet pas, à lui seul, de fidéliser des utilisateurs, et surtout de les monétiser, « OpenAI cherche à s'étendre horizontalement ». « Il tente donc de rendre l'expérience utilisateur » de plus en plus addictive en multipliant les nouveaux services. Tout cela implique des investissements monstrueux, on parle de centaines de milliards. Or, l'abonnement ne permet pas de monétiser l'affaire. De ce fait, ils cherchent à développer ce qui est monétisable, comme les achats en ligne, les réservations... C'est une manière de « ré-

intermédiaire » ces interactions-là. L'enjeu, derrière tout cela, évidemment, c'est la publicité. »

Aux abois

Ce qui amène d'autres questions. « Comment ChatGPT va pouvoir concilier les intérêts financiers », questionne l'expert, « en présentant les services commercialement les plus rentables (comme le fait Google avec le référencement), et la volonté de se présenter comme un modèle qui répond aux questions de façon la plus neutre possible. Le risque, c'est que les impératifs financiers l'emportent. Pour basculer dans un tel modèle, il faut avoir pris l'utilisateur au piège, au point qu'il ait peu de chance de sortir de l'écosystème, puisqu'il aura besoin de ChatGPT pour tout, y compris voyager, cuisiner. »

Pour Nicolas van Zeebroeck, cette stratégie traduit clairement les signes d'une entreprise aux abois. « Ils semblent faire flèche de tout bois en prenant une sorte de raccourci vers tout ce qui a marché dans le monde numérique : la pub, les réseaux sociaux, les algorithmes addictifs, le commerce électronique... En gros, ils veulent faire Meta, Google et Amazon en même temps. A courir derrière tous les lièvres à la fois, il est probable qu'ils se prennent les pieds dans le tapis plus d'une fois. »

CE WEEK-END DANS LE SUPPLÉMENT LÉNA



MOBILITÉ
Pourquoi les Suédois n'ont pas honte de leurs voitures anciennes



PHOTOGRAPHIE
Cindy Sherman, l'inconnue aux mille visages



SPORT
A la découverte du « pump foil », la glisse de l'été