

# ChatGPT : l'entrée surprenante de la publicité dans l'IA

## OpenAI : ChatGPT et la Possibilité de Publicité

Avec l'évolution rapide de la technologie de l'intelligence artificielle, un nouveau chapitre pourrait s'ouvrir pour **ChatGPT**. En effet, OpenAI, l'organisme derrière ce chatbot très en vogue, pourrait bientôt intégrer des éléments publicitaires dans son interface. Ce changement viserait à diversifier ses sources de revenus, essentielle pour soutenir les coûts croissants de développement de ses technologies

### Un Changement de Cap pour OpenAI

Initialement fondé comme une organisation à but non lucratif en 2015, **OpenAI** évolue vers une organisation lucrative. Avec des dépenses qui continuent d'augmenter, l'entreprise basée à San Francisco est à la recherche de nouveaux flux de revenus. Pour soutenir ses ambitions, elle a commencé à explorer des options allant au-delà des abonnements.

Sarah Friar, la directrice financière d'OpenAI, a récemment évoqué cette situation dans les colonnes du *Financial Times*. Elle a indiqué que l'entreprise réfléchissait à l'intégration de publicités sur la plateforme de ChatGPT, tout en précisant que cette démarche serait à envisager de manière judicieuse : « Nous devons être réfléchis sur le moment et l'endroit où nous mettrons en place ces publicités ».

# Une Stratégie Mesurée

D'ores et déjà, OpenAI génère des revenus via des abonnements pour ses services Plus et Teams ainsi qu'à travers l'accès payant à son API. Toutefois, l'intégration de la publicité serait un moyen supplémentaire de soutenir la croissance perpétuelle de l'entreprise.

Il est important de noter que malgré les intentions exprimées, Sarah Friar a également nuancé ses propos en indiquant : « *Bien que nous soyons ouverts à explorer d'autres sources de revenus à l'avenir, nous n'avons aucun projet actif de recourir à la publicité* ». Cela témoigne de la complexité de la situation et de la nécessité d'un consensus en interne.

## Les Acteurs de ce Changement

OpenAI semble sérieusement envisager cette transition. Kevin Weil, le directeur produit, anciennement impliqué dans la gestion des publicités chez Instagram, pourrait jouer un rôle clé dans l'intégration de cette nouvelle facette. Friar a déclaré au sujet de Weil : « *Il sait comment cela fonctionne* », faisant référence à son expérience dans le développement de services payants.

De plus, l'embauche récente d'un vice-président en charge de la publicité, Shivakumar Venkataraman, anciennement à Google, renforce cette intention. Toutefois, des divergences internes subsistent sur la manière dont la publicité sera mise en œuvre.

□ Pour suivre toutes les actualités importantes, abonnez-vous à [Google Actualités](#) et [WhatsApp](#).



Source :

[Financial Times](#)

Source : [www.01net.com](http://www.01net.com)

→ ☐ Accéder à [CHAT GPT](#) en cliquant

**dessus**