SOURCE.

Nº 9 · OCTOBRE 2026 · LE MAGAZINE QUI REMONTE JUSQU'AUX TEXTES

INTELLIGENCE ARTIFICIELLE · ARGENT · VIE QUOTIDIENNE · BOUCLÉ LE 19 OCTOBRE 2026

# LES APPLIS IA, ON PAIE POUR QUOI ?

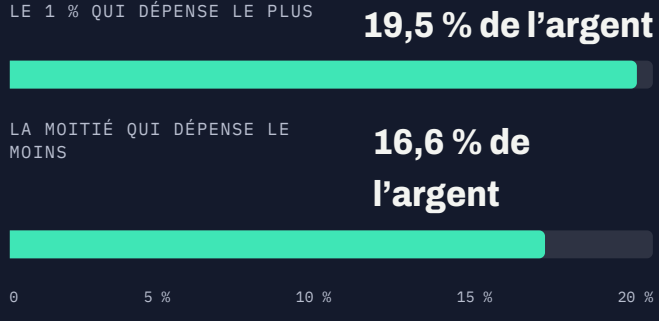
Des recettes à 18 heures, des impôts le 14 avril, une poignée de gros clients qui paient pour tout le monde, de la pub qui arrive dans ChatGPT et des agents qui sortent ta carte à ta place. On a lu les études et les tableaux jusqu'au bout.

LE RÉCIT
**Une journée avec l'IA**

L'ENQUÊTE
**Qui sort sa carte ?**

ET DEMAIN ?
**L'appli qui achète à ta place**

L'OUTIL
**As-tu besoin d'un abonnement ?**




Dépenses des particuliers américains en applications d'IA, d'après les reçus suivis par YipitData, août 2026. Andreessen Horowitz (a16z).

ÉDITO

# GRATUIT, VRAIMENT ?

Bon. Presque un Américain sur deux dit se servir de l'IA. Mais en août, seuls 4,5 % payaient un abonnement à ChatGPT, Gemini ou Claude[1]. Alors on a voulu comprendre : à quoi servent vraiment ces applis, et qui paie la note ?

Le truc, c'est que les classements disent qui clique, pas qui paie. On a suivi une journée d'IA heure par heure et ouvert les tickets de caisse.

À la fin, tu sauras si un abonnement te servirait vraiment.

*La rédaction de SOURCE*

## SOURCE, C'EST QUOI ?

**1** **Un sujet, un numéro.**
On prend un sujet dont tout le monde parle, et on le creuse à fond.

**2** **Chaque fait a sa source.**
Les petits numéros renvoient à la liste en fin de numéro : tu peux tout vérifier toi-même.

**3** **Des verdicts clairs.**
Les tampons Vrai, À nuancer, Exagéré ou Faux disent ce qu'on a trouvé, quel que soit le camp.

**4** **On dit ce qu'on ignore.**
Ce qui reste flou est rangé dans « Angles morts ».

# DANS CE NUMÉRO


**01** **Avant de lire**
Quatre familles d'applis

PARTIE 1 · COMPRENDRE *à quoi on s'en sert, et quand*

**02** **Le récit**
Une journée avec l'IA

**03** **Et chez nous ?**
La Belgique au-dessus de la moyenne

PARTIE 2 · VÉRIFIER *qui paie, qui gagne, ce qui circule*

**04** **L'enquête**
Qui sort sa carte ?

**05** **Et demain ?**
L'appli qui achète à ta place

**06** **Au crible**
Cinq phrases vérifiées

PARTIE 3 · ALLER PLUS LOIN *choisir, et ce qu'on ignore*

**07** **L'outil**
As-tu besoin d'un abonnement ?

**08** **Angles morts**
Ce qu'on ne sait pas encore

**09** **Le saviez-vous ?**
Médecins, impôts et pub

**10** **Méthode et sources**
Nos 17 références

# QUATRE FAMILLES D'APPLIS

*Avant de suivre une journée d'IA, un petit plan du terrain. Derrière les mots « appli IA », il y a au moins quatre métiers différents, et ils ne se paient pas de la même façon.*

Chaque année, le fonds d'investissement Andreessen Horowitz, qu'on appelle a16z, classe les applis d'IA grand public : les 50 sites les plus visités, les 50 applis mobiles les plus utilisées et, pour la première fois en octobre 2026, les 50 marques qui encaissent le plus d'argent des particuliers américains[1]. En lisant ces listes, on voit se dessiner quatre familles.

**Les assistants à tout faire.** ChatGPT, Gemini, Claude : on leur pose une question, ils répondent, résument, rédigent. ChatGPT reste loin devant, avec environ deux fois plus de visites que Gemini et six fois plus que Claude sur le web[1]. Les vieux logiciels s'y sont mis aussi : Canva et Notion, qui ont ajouté de l'IA, sont dans le top 10 du web, et Figma dans le top 15[1].

**Les studios de création.** Suno fait de la musique, ElevenLabs des voix, Midjourney des images. Leur point commun : chacun a construit son propre modèle, et c'est ce qui les distingue des assistants[1].

**Les fabricants de logiciels.** Avec Lovable, Cursor, Base44 ou Replit, tu décris une appli en français de tous les jours et l'outil écrit le code. Les quatre sont dans la liste web ; Cursor y passe de la 41e à la 35e place[1].

**Les agents.** Ceux-là ne se contentent pas de répondre : ils agissent. Ils réservent, remplissent des formulaires, achètent. C'est la famille la plus jeune, et celle qui bouge le plus vite ; on la retrouve dans « Et demain ? ».

## CE QUE TOUT LE MONDE SE DEMANDE

### Quelles applis IA sont gratuites ?

Presque toutes ont une version gratuite. La vraie question, c'est ce qu'elle ne fait pas. L'OUTIL

### Pourquoi ces applis sont-elles gratuites ?

Parce qu'une poignée de gros clients paient beaucoup, et que la pub arrive. L'ENQUÊTE

### Quelle appli est meilleure que ChatGPT ?

Ça dépend du métier : musique, code, voix… Chaque famille a ses champions. CI-CONTRE

### Les applis IA sont-elles sûres ?

Leurs réponses peuvent être fausses tout en ayant l'air justes, et les agents font circuler tes données entre beaucoup de services[15]. ET DEMAIN ?

### Comment ces applis gagnent-elles de l'argent ?

Abonnements, pub, et bientôt une part de ce que tu achètes. L'ENQUÊTE

### On s'en sert vraiment pour quoi ?

Pour le travail, oui, mais surtout pour le reste de la vie. LE RÉCIT

Questions les plus tapées sur Google, Bing et DuckDuckGo, relevées le 19 octobre 2026.

**7 H**

Les nouvelles du jour




# AVANT L'AUBE

Les questions sur le sommeil

**10-11 H**

Les mails de travail

PARTIE 1 · LE RÉCIT

# UNE JOURNÉE AVEC L'IA

*Des nouvelles au réveil, des recettes avant le dîner, des impôts la veille de l'échéance : les horaires disent à quoi on se sert vraiment de ces applis.*

LES PICS DE DEMANDES À CLAUDE, HEURE LOCALE

# 18 H

Les recettes, 2,3 fois plus que la moyenne




# LE SOIR

Quoi regarder, quoi écouter

Il est 7 heures du matin, heure locale. Dans les conversations avec Claude, l'assistant de l'entreprise Anthropic, c'est l'heure des nouvelles : les demandes d'actualité atteignent leur pic[2]. Vers 10 ou 11 heures, place aux mails de travail, qui suivent la courbe de la journée de bureau. À 18 heures, tout le monde pense au dîner : les demandes de recettes sont alors 2,3 fois plus fréquentes que la moyenne. Le soir, on demande quoi regarder ou quoi écouter. Et dans les quelques heures avant l'aube, ceux qui ne dorment pas demandent comment mieux dormir[2].

**Une journée de demandes à Claude.** Les pics de quelques thèmes, à l'heure locale de chaque utilisateur, dans des conversations échantillonnées entre le 10 avril et le 10 juin 2026[2].

Graphique : SOURCE, d'après Anthropic.

Une journée d'IA ressemble donc beaucoup à une journée tout court. C'est la question qu'on va suivre : se sert-on de ces applis surtout pour travailler, comme le promettent les publicités, ou pour tout le reste de la vie ? Les horaires de Claude donnent un premier indice. Les chiffres de ChatGPT, beaucoup plus gros, vont trancher.

## Le week-end, l'IA change de métier

Anthropic a classé un échantillon de conversations en deux tas : le travail et la vie perso. En semaine, la part perso tourne autour de 35 %. Le week-end, elle grimpe juste sous la moitié[2]. Et les sujets changent avec elle. Du lundi au vendredi, on demande des mails, des textes de marketing et des présentations. Le samedi et le dimanche, on parle de soutien moral, de questions médicales et de placements d'argent. Ce glissement est le plus net dans les pays riches[2].

Les échéances de la vraie vie se lisent aussi dans les conversations, parce qu'on demande de l'aide quand on en a besoin, donc souvent au dernier moment. L'échantillon couvre la date limite de la déclaration d'impôts aux États-Unis, le 15 avril. Le 14, les questions fiscales sont huit fois plus fréquentes qu'un jour moyen de mai ; le 15, elles restent presque aussi hautes ; le 16, elles s'effondrent[2]. Comme quoi, l'IA ne fait pas disparaître la procrastination : elle l'accompagne jusqu'à la dernière minute.

## Ce que les gens emportent en partant

Anthropic a aussi regardé ce que les gens obtiennent à la fin d'une conversation : un texte, un plan, une traduction, une requête pour une base de données. Certains produits sont presque toujours perso. Plus de 80 % des textes de fiction, des conseils et des recettes servent à la vie privée[2]. D'autres sont presque toujours du travail, comme le montre le graphique.




Au milieu, il y a les objets à double usage. Un plan, par exemple, sert au travail dans 44 % des cas et à la vie privée dans 49 %. Mais ce ne sont pas les mêmes plans : côté perso, ce sont surtout des itinéraires de voyage et des programmes de sport ; côté boulot, des stratégies pour lancer une entreprise ou un contenu[2]. Même outil, deux vies différentes.

## Chez ChatGPT, trois messages sur quatre n'ont rien à voir avec le boulot

Claude est un petit joueur à côté de ChatGPT. En juillet 2025, ChatGPT recevait déjà 18 milliards de messages par semaine, envoyés par 700 millions d'utilisateurs, soit environ un adulte sur dix dans le monde[3]. Une équipe d'économistes d'OpenAI et de l'université Harvard, dont David Deming, a tiré au sort environ 1,1 million de conversations entre mai 2024 et juin 2025 pour savoir ce qu'on y fait[3].

Leur réponse tient en un chiffre. En juin 2024, 53 % des messages n'avaient rien à voir avec le travail. Un an plus tard, c'est 73 %[3]. Les deux usages grandissent, pourtant le perso grandit plus vite, parce que les nouveaux venus s'en servent davantage hors du travail[3]. Or ce perso est très terre à terre : trois thèmes font près de 80 % des conversations, les conseils pratiques (apprendre, savoir comment faire quelque chose, trouver des idées), la recherche d'informations et l'écriture[3].

> **On imagine des développeurs ou des confidents. On trouve surtout des gens qui demandent comment faire.**

Les clichés en prennent un coup. La programmation ne pèse que 4,2 % des messages, et les relations et la réflexion personnelle, 1,9 %[3]. On imagine des développeurs ou des confidents ; on trouve surtout des gens qui demandent comment faire. Les chercheurs ont d'ailleurs classé les messages selon ce que la personne attend : environ la moitié posent une question pour décider de

quelque chose, quatre sur dix demandent de faire une tâche, et un sur dix exprime simplement un avis ou un sentiment[3].

Et hors des applis elles-mêmes, que disent les gens ? En février 2026, le Pew Research Center a interrogé 5 119 adultes américains. Un sur deux environ utilise un chatbot, et 24 % s'en servent chaque jour[4]. Autrement dit, l'usage est large, mais pas encore quotidien pour la plupart.

### Retour à 18 heures

Revenons aux recettes de 18 heures. Elles résument ce qu'on a appris : l'IA grand public sert d'abord à la vie de tous les jours, à la cuisine, aux voyages, aux impôts, et le travail n'en est qu'une partie, plus forte en semaine. Ce que ces relevés ne disent pas, c'est si les réponses ont aidé. Ils comptent les conversations, pas les dîners réussis. On l'a rangé dans les « Angles morts ».

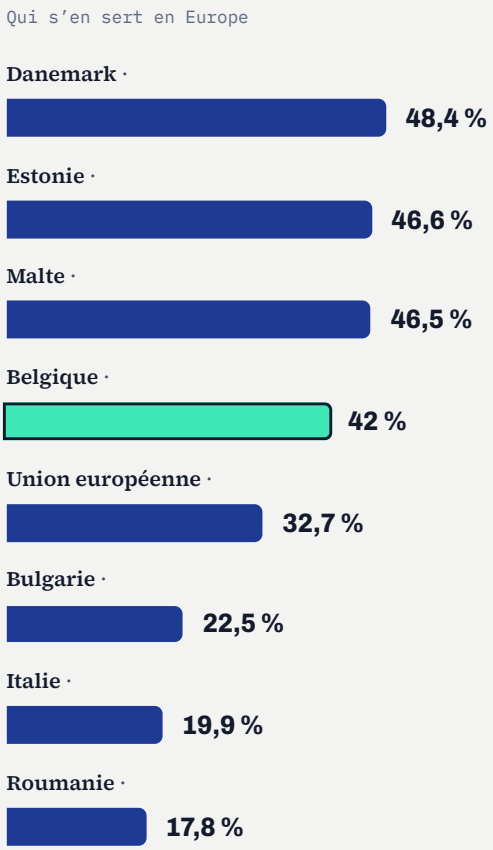
ET CHEZ NOUS ?

# LA BELGIQUE AU-DESSUS DE LA MOYENNE

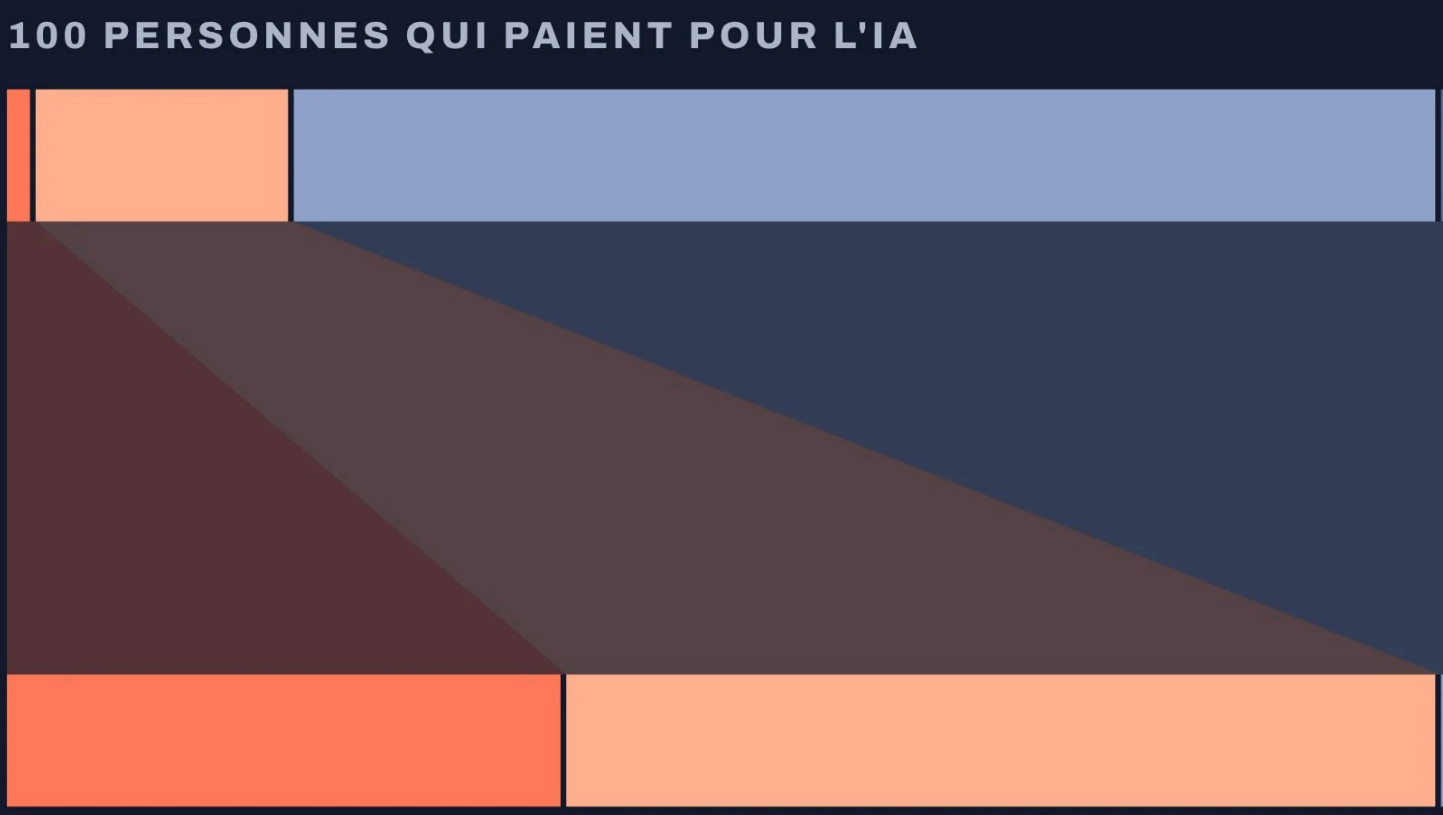
*Les chiffres américains, c'est bien. Mais en Europe, combien de gens s'y sont mis ?*

En 2025, 32,7 % des Européens de 16 à 74 ans ont utilisé un outil d'IA générative au cours des trois mois précédant l'enquête d'Eurostat. Surtout pour la vie privée (25,1 %), puis pour le travail (15,1 %) et les études (9,4 %)[5]. Le perso passe donc devant ici aussi.

La Belgique fait mieux que la moyenne, avec 42 % des 16-74 ans[6]. Le Danemark mène, la Roumanie ferme la marche[5]. Tout le monde s'y met un peu. Reste à savoir qui paie, et c'est là que les chiffres deviennent surprenants.



**1 %** des payeurs, les plus gros, pèsent 19,5 % des dépenses



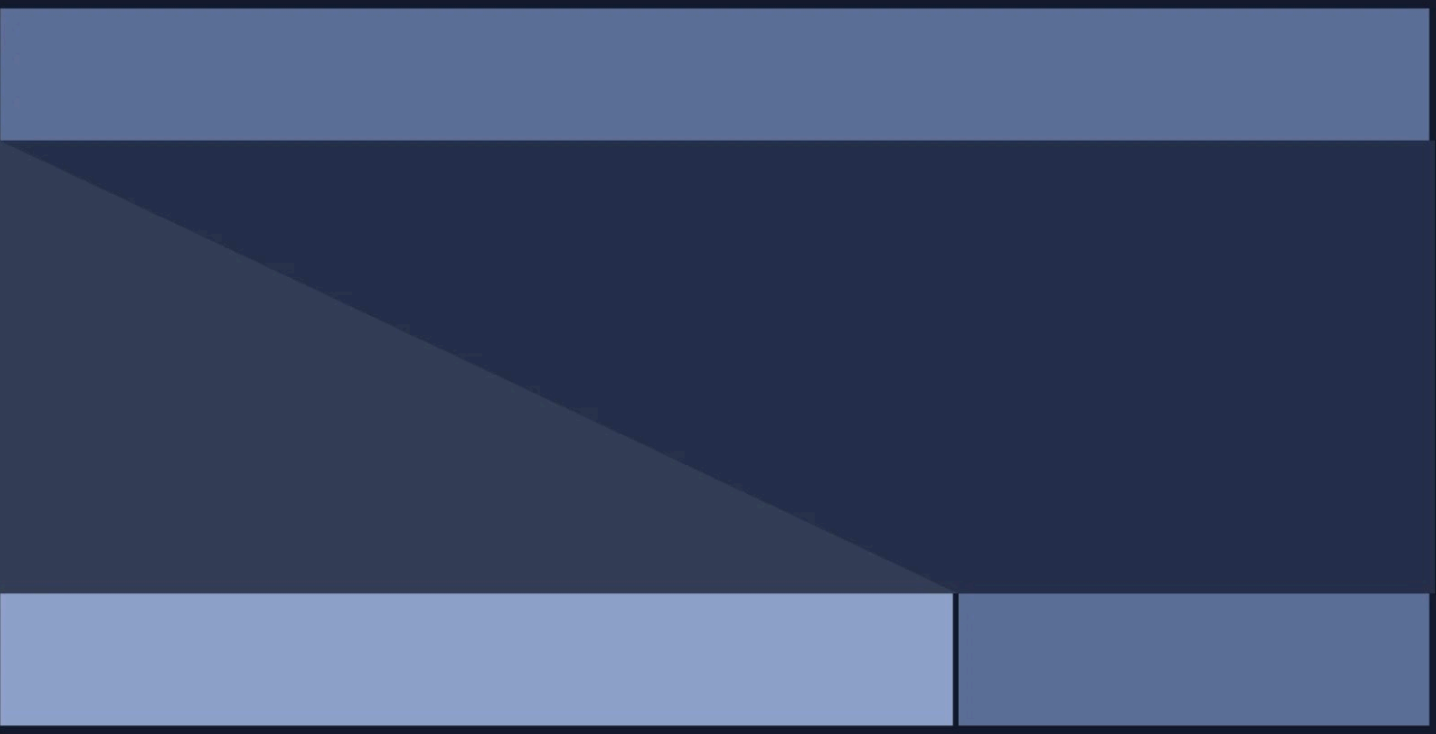

**Les 10 % du haut** : environ la moitié de l'argent

PARTIE 2 · L'ENQUÊTE

# QUI SORT SA CARTE ?

*Trois classements, sept noms en commun et une poignée de très gros clients : on a posé côte à côte les listes de visites et les tickets de caisse de l'IA.*

**50 %** des payeurs, les plus petits



**16,6 %**
pour la moitié qui dépense le moins

Début octobre 2026, a16z publie la septième édition de son classement. Pour la première fois, à côté des listes de visites, il y a une liste d'argent : les 50 marques qui encaissent le plus auprès des particuliers américains, d'après les reçus électroniques suivis par la société YipitData[1]. On a posé les trois listes côte à côte. Sur les 50 marques qui encaissent le plus, 29 n'apparaissent dans aucune des listes de fréquentation. Et seules sept figurent dans les trois[1].

**Le 1 % qui paie.** Le 1 % des payeurs qui dépensent le plus pèse 19,5 % des dépenses observées, plus que la moitié qui dépense le moins (16,6 %). Les 10 % du haut font environ la moitié du total[1].

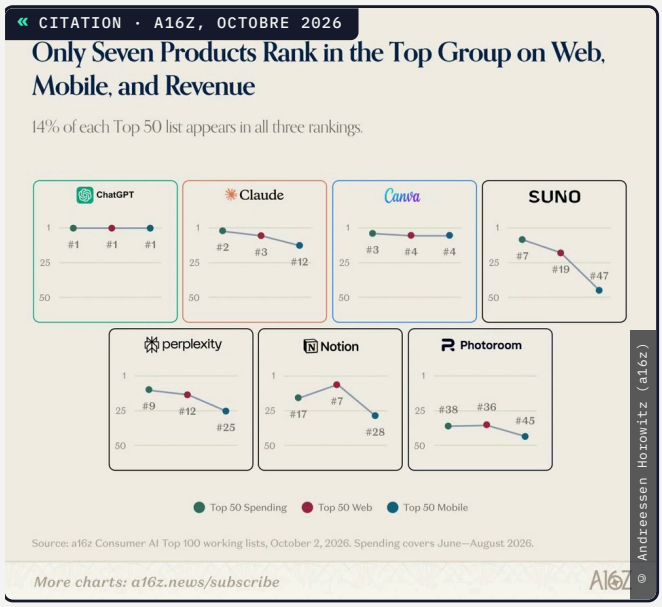
Graphique : SOURCE, d'après a16z et YipitData ; les deux groupes du milieu sont arrondis.

Vingt-neuf marques qui gagnent de l'argent sans être parmi les plus visitées : ça veut dire que les clics et les euros ne suivent pas le même chemin. C'est la question de cette enquête : qui paie vraiment pour l'IA, et que se passe-t-il pour tous ceux qui ne paient pas ? Une précision d'abord sur l'auteur des listes : a16z est un investisseur, et il a misé sur plusieurs entreprises classées, dont OpenAI, Cursor, ElevenLabs et Replit[16].

## Ceux qui cliquent ne sont pas ceux qui paient

Les sept marques présentes partout sont ChatGPT, Claude, Suno, Perplexity, Photoroom, Canva et Notion. ChatGPT est premier des trois listes[1]. Pour les autres, l'écart entre la popularité et l'argent peut être énorme, et le graphique d'a16z le montre bien.

« CITATION · A16Z, OCTOBRE 2026




**Les sept marques présentes dans les trois classements d'a16z.** Chaque case relie le rang en dépenses, sur le web et sur mobile. La pente de Suno est la plus forte[7].

Image citée à des fins de critique (Code de droit économique, art. XI.189), © Andreessen Horowitz (a16z), a16z.news

Regarde la case de Suno, le studio de musique. Suno est 7e en dépenses, 19e sur le web et 47e sur mobile[7]. Peu de monde, donc, mais des gens qui paient, parce que ce sont des créateurs qui fabriquent des chansons en série et ont besoin de crédits, de téléchargements et du droit de vendre ce qu'ils produisent. Pour Suno, mieux vaut mille musiciens abonnés qu'un million de curieux qui passent une fois.

## Une poignée de très gros clients

Chez les particuliers qui paient, l'argent est très mal réparti. Seuls 13 % de ceux qui paient une appli d'IA en paient une deuxième[1]. Le 1 % qui dépense le plus pèse 19,5 % de toutes les dépenses observées, plus que la moitié qui dépense le moins, avec 16,6 %. Ce 1 % paie en moyenne 903 dollars par mois, avec sa propre carte, et ce montant a grimpé de 80 % en dix-huit mois. Le payeur médian, celui du milieu, dépense 25 dollars par mois, et ne bouge presque pas[1].

Qui sont ces gros clients ? Plutôt des indépendants et des passionnés que des familles. Ils achètent des outils pour coder, s'organiser et créer[1]. Dans la liste de leurs achats, on trouve n8n, qui automatise des tâches, fal et Higgsfield pour l'image et la vidéo, Manus, un agent, Figma ou HeyGen, qui fabrique des vidéos avec des avatars[1]. Pour eux, l'IA est donc un outil de travail, même quand ils la paient de leur poche. Or c'est ce petit groupe qui fait vivre une bonne partie des applis.

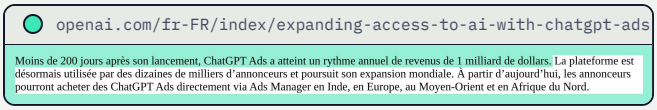
## Trois géants, trois façons de faire payer

Chez les trois grands assistants, les chemins se séparent. ChatGPT a trois fois plus d'abonnés payants américains que Claude ou Gemini[1]. Claude, lui, mise sur les gros forfaits : 7,3 % de ses clients particuliers paient son offre Max, qui commence à 100 dollars par mois, contre 1,3 % chez Google et 1,1 % chez ChatGPT. Anthropic a aussi annoncé qu'il ne mettrait pas de publicité dans Claude[1]. Et les deux publics se mélangent peu : seuls 8 % des abonnés américains de ChatGPT paient aussi Claude[1].

Anthropic vise donc les utilisateurs exigeants, ceux qui travaillent avec l'outil[1]. OpenAI, lui, a choisi une autre route pour tous les autres.

## Pour ceux qui ne paient pas, la pub arrive

Le 31 août 2026, OpenAI annonce un cap. Sa publicité dans ChatGPT, lancée moins de 200 jours plus tôt, rapporte déjà au rythme d'un milliard de dollars par an, avec des dizaines de milliers d'annonceurs[8].




Capture de la page « Une étape clé pour élargir l'accès à l'IA », OpenAI, consultée le 19 octobre 2026. Surlignage de SOURCE[8].

Comment ça marche ? La pub s'appuie sur le contexte de la conversation en cours pour montrer une annonce en rapport avec ce que tu cherches. Selon le pays et les réglages, elle peut aussi tenir compte de tout ton historique avec ChatGPT. OpenAI assure que les annonces sont toujours

signalées, séparées des réponses, qu'elles n'influencent pas ce que répond ChatGPT et que les annonceurs ne voient pas les conversations (propos résumés)[8]. Pour OpenAI, c'est ce qui permet de garder une version gratuite pour plus d'un milliard d'utilisateurs chaque semaine[8].

Ce modèle n'a rien de neuf. En 2025, la publicité a rapporté 97,6 % des revenus de Meta et 73,2 % de ceux d'Alphabet, la maison mère de Google[1,9,10]. L'IA grand public hésite donc entre deux mondes : celui de l'abonnement, où le client paie le produit, et celui du web gratuit, où l'attention du client est le produit.

### Ce que disent les trois listes

Retour aux trois classements posés côte à côte. Ils racontent la même histoire : beaucoup de monde utilise l'IA, très peu la paie, et une petite minorité de passionnés fait vivre une bonne partie du secteur. Pour les autres, la note arrive sous forme de publicité. Mais une troisième source d'argent est en train d'apparaître, et elle passe par ta carte de crédit.

ET DEMAIN ?

# L'APPLI QUI ACHÈTE À TA PLACE

*Après l'abonnement et la pub, la commission. Les agents ne te répondent plus : ils agissent, et ils paient.*

En août 2026, un agent appelé Instinct se lance dans iMessage, la messagerie des iPhone. On lui écrit comme à un ami, et il réserve, commande, achète. Son fondateur, Noah Shinn, dit avoir dépassé 100 000 utilisateurs en trois semaines, alors que l'appli était encore sur invitation[1]. Selon lui, 40 % des utilisateurs connectent une carte bancaire dans les trois semaines, et ceux qui achètent dépensent en moyenne 1 300 dollars par mois via l'agent. Il revendique plus d'un milliard de dollars de transactions par an, dont la moitié en voyages[1].

Les géants ont suivi. Meta a lancé Muse début septembre, un agent qui fonctionne dans le navigateur, sur ordinateur, sur mobile et dans WhatsApp[1]. Muse peut remplir des formulaires ou négocier pour toi. Il demande ton accord avant d'envoyer un mail ou de payer ; au moment de payer, il utilise une carte à usage unique, pour que ta vraie carte ne circule pas. L'essentiel est gratuit, avec des formules payantes pour aller plus loin[11]. Muse aurait atteint 250 000 utilisateurs quotidiens la première semaine et 5 millions de téléchargements en moins d'un mois. Il n'est disponible qu'aux États-Unis et au Canada[1].

### Les magasins choisissent leur camp

Quand un agent fait les courses, le magasin ne voit plus le client, seulement son robot. Certains n'aiment pas ça. Amazon a coupé l'accès de Muse en moins de deux semaines. D'autres signent : Shopify, Instacart, OpenTable, Expedia, Ticketmaster ou Plaid ont conclu des accords officiels avec des agents[1]. La bataille ne porte plus seulement sur la meilleure IA, mais sur les portes qu'on lui ouvre.

### Ce que ça change pour tes données

En juillet 2026, la CNIL, le gendarme français de la vie privée, a publié une note sur ces agents avec le Conseil de l'IA et du numérique. Pour elle, c'est un changement d'échelle. Un agent se connecte à beaucoup de services, garde la mémoire de vos échanges et fait circuler tes données de l'un à l'autre. Il peut ainsi dresser un profil très détaillé de toi, et il devient difficile de savoir où vont tes informations[12]. Et quand un agent se trompe en achetant, qui est responsable ? La CNIL note que ce partage devient flou[12].

IMAGINONS

Tu demandes à un agent de trouver un week-end à Lisbonne à moins de 400 euros. Il compare les vols, réserve l'hôtel, puis te demande ton accord avant de payer. C'est ce moment-là qui compte : avant de dire oui, vérifie les dates, le prix total et les conditions d'annulation, comme tu le ferais sur un site. L'agent est rapide, mais c'est toujours ta carte.

# CINQ PHRASES VÉRIFIÉES

## « L'IA, c'est surtout pour le travail. »

EXAGÉRÉ

IDÉE RÉPANDUE

Chez ChatGPT, la grande majorité des messages n'a rien à voir avec le boulot, et cette part grandit[3]. En Europe aussi, l'usage privé passe devant l'usage professionnel[5]. Le travail reste important, surtout en semaine et pour l'écriture, mais il n'est pas la première raison de s'en servir.

## « ChatGPT écrase la concurrence. »

PLUTÔT VRAI

IDÉE RÉPANDUE

Sur mobile, ChatGPT a deux fois et demie plus d'utilisateurs mensuels que Gemini et quatorze fois plus que Claude[1]. Mais Claude est devenu un net troisième. Fin février 2026, pendant le conflit d'Anthropic avec le Pentagone, il est même passé premier des applis gratuites aux États-Unis, pour la première fois[1]. Et en dépenses, ses abonnés paient plus cher en moyenne.

## « Si c'est gratuit, c'est toi le produit. »

À NUANCER

VIEUX DICTON DU WEB

C'est de plus en plus vrai pour ChatGPT gratuit, financé en partie par la publicité, qui s'appuie sur le contexte de tes conversations[8]. Mais tous ne suivent pas : Anthropic a annoncé qu'il n'y aurait pas de pub dans Claude[1]. Et payer ne coupe pas tout : ce sont les réglages de chaque appli qui décident ce qui est gardé et utilisé.

## « L'IA fait gagner 40 % de temps. »

À NUANCER

CHIFFRE TRÈS REPRIS

Il vient d'une expérience de Shakked Noy et Whitney Zhang, au MIT, début 2023, avec GPT-3.5. Ils ont confié à 453 diplômés du supérieur (des spécialistes du marketing, des consultants, des analystes…) des écrits de 20 à 30 minutes, comme des communiqués ou des mails délicats. Avec ChatGPT, le temps a baissé de 40 % et la qualité a monté de 18 %[13]. C'est vrai pour ces tâches courtes, dans cette expérience. Rien ne dit que ça vaut pour tout un métier, ni pour des tâches longues.

## « Les gens parlent à l'IA comme à un ami. »

FAUX

IDÉE RÉPANDUE

Chez les Américains qui utilisent un chatbot, 42 % le font pour chercher une information, 25 % pour s'amuser, 20 % pour un conseil médical. Le soutien moral ne concerne que 10 % d'entre eux, et la compagnie, 4 %[4]. Ça existe, et ça compte pour ceux qui le vivent, mais c'est loin d'être l'usage principal.

# AS-TU BESOIN D'UN ABONNEMENT ?

*On a vu qui paie et pourquoi. À ton tour : quatre questions pour savoir si un abonnement te servirait, ou si la version gratuite suffit.*

## 1 Tu t'en sers presque tous les jours ?

**NON** Reste en gratuit. Tu es comme la plupart des gens : l'usage est large, mais rarement quotidien.

**OUI** Passe à la question 2.

## 2 Tu tombes souvent sur une limite ?

**NON** Reste en gratuit. Tu paierais pour une capacité dont tu n'as pas besoin.

**OUI** Note laquelle (nombre de messages, crédits, téléchargements, qualité) et passe à la question 3.

## 3 Ce que tu fais avec, tu le publies ou tu le vends ?

**OUI** Regarde d'abord les droits d'usage. Chez Suno, la version gratuite n'autorise pas l'usage commercial ; l'offre Pro, oui[14]. Puis question 4.

**NON** Passe à la question 4.

## 4 Tu paies déjà une autre appli d'IA ?

**OUI** Avant d'en ajouter une, demande-toi laquelle tu utilises vraiment. La plupart des gens qui paient se contentent d'une seule.

**NON** Prends un seul abonnement, au mois, pour l'outil qui lève ta limite. Tu pourras passer à l'année quand tu es sûr.

AVANT DE PAYER · LES CRÉDITS

### ILS NE SE REPORTENT PAS

Chez Suno, l'offre gratuite donne 50 crédits par jour, la Pro 2 500 par mois. Les crédits inclus dans un abonnement ne passent ni au jour ni au mois suivant ; seuls les crédits achetés en plus restent, et ils exigent un abonnement actif[14].

AVANT DE PAYER · LE PRIX

### À L'ANNÉE, C'EST MOINS CHER… SI TU RESTES

Suno annonce 20 % d'économie en payant à l'année : la Pro revient alors à 8 dollars par mois, hors taxes[14]. C'est intéressant seulement si tu es sûr de t'en servir douze mois.

DANS TOUS LES CAS · LES RÉPONSES

### GRATUIT OU PAYANT, ÇA PEUT SE TROMPER

La CNIL le rappelle : ces systèmes peuvent produire des résultats inexacts qui ont pourtant l'air plausibles[15]. Pour une info de santé, d'argent ou de droit, remonte toujours à la source.

ANGLES MORTS

# CE QU'ON NE SAIT PAS ENCORE

*Les questions qu'on n'a pas pu fermer, et pourquoi.*

**? Ce que paient les Belges**

Les dépenses viennent de reçus américains. Aucune source publique ne mesure celles des Belges.

**? Les chiffres des agents**

Ceux d'Instinct viennent de son fondateur, ceux de Muse de rapports cités par a16z, sans vérification par un tiers.

**? Le milieu de la double page**

a16z donne seulement « environ la moitié » pour les 10 % du haut : les deux groupes du milieu sont arrondis.

**? Si les réponses aident**

Les relevés d'Anthropic et d'OpenAI comptent des conversations, pas leur utilité, sur des données que personne d'autre ne peut consulter.

**? Les applis absentes des listes**

a16z a retiré les applis pour adultes, qui auraient fait plus d'un cinquième de la liste web[1].

LE SAVIEZ-VOUS ?

# MÉDECINS, IMPÔTS ET PUB

*Trois curiosités ramassées en route.*

## 47e

La place d'OpenEvidence dans la liste web d'a16z. Cette appli s'adresse aux médecins : selon a16z, la moitié environ des médecins américains s'en serviraient, et elle se finance en partie par la pub[1].

## 6,9 %

La part des abonnements dans les revenus d'Amazon en 2025 : 49,6 milliards de dollars, sur un total de près de 717 milliards[1,17]. Le roi du commerce vend surtout des objets.

## 43e

La place de Venice, une IA qui mise sur la vie privée, à son entrée dans la liste web[1]. La discrétion devient un argument de vente.

# COMMENT CE NUMÉRO A ÉTÉ FAIT

**1** Point de départ : une première version, jugée trop occupée par la méthode. Ses sources ont été relues ; texte, plan et images sont nouveaux.

**2** Lus en entier : le rapport d'a16z, le rapport « Cadences » d'Anthropic, l'étude NBER sur ChatGPT, l'enquête du Pew et la page d'OpenAI sur la publicité. Les autres sources ont été lues par passages, chiffre par chiffre.

**3** Les classements d'a16z reposent sur Similarweb (web), Sensor Tower (mobile) et YipitData (reçus de particuliers américains) : des estimations, pas des comptes officiels.

**FAIT AVEC UNE IA**

Ce numéro a été préparé par Claude, l'IA d'Anthropic, une entreprise dont il est question dans ces pages : recherche, écriture, graphiques et mise en page. Le sujet, le ton et les choix viennent de la rédaction. Chaque chiffre a été relu dans le document original, et un outil vérifie que chaque nombre suivi d'une note se retrouve dans le texte de sa source. Les chiffres d'Anthropic ont reçu la même exigence que les autres.

**LIMITE DE CE NUMÉRO**

La page des tarifs de ChatGPT n'a pas pu être téléchargée : aucun prix d'OpenAI n'est cité.


● DONNÉES ET RAPPORTS

1 Olivia Moore, « Top 100 Consumer AI Apps, Seventh Edition », a16z, 5 octobre 2026. a16z.news

7 a16z, « Only Seven Products Rank in the Top Group on Web, Mobile, and Revenue », graphique, octobre 2026. a16z (image)

16 a16z, liste des investissements, consultée le 19 octobre 2026. a16z.com

17 Amazon, rapport annuel 10-K 2025. sec.gov

5 Eurostat, « 32.7% of EU people used generative AI tools in 2025 », 16 décembre 2025. ec.europa.eu

6 Eurostat, base de données isoc_ai_iaiu, Belgique et Union européenne, 2025. ec.europa.eu (données)

9 Meta Platforms, rapport annuel 10-K 2025. sec.gov

10 Alphabet, rapport annuel 10-K 2025, tableau des revenus. sec.gov

▲ ÉTUDES

2 Anthropic, *Anthropic Economic Index report: Cadences*, juin 2026. anthropic (PDF)

3 Aaron Chatterji, Thomas Cunningham, David J. Deming, Zoe Hitzig, Christopher Ong, Carl Yan Shan et Kevin Wadman, « How People Use ChatGPT », NBER Working Paper 34255. nber.org (PDF)

4 Pew Research Center, « Americans and AI 2026: Chatbots, Smart Devices and Views on Impact », 17 juin 2026 (5 119 adultes, 17-23 février 2026). pewresearch.org

13 Shakked Noy et Whitney Zhang, « Experimental Evidence on the Productivity Effects of Generative Artificial Intelligence », manuscrit. shakkednoy.com (PDF)

■ AUTORITÉS

12 CNIL, « IA agentique et données personnelles : la CNIL et le Conseil de l'IA et du Numérique publient une note exploratoire », 20 juillet 2026. cnil.fr

15 CNIL, « Comment déployer une IA générative ? La CNIL apporte de premières précisions ». cnil.fr

● ENTREPRISES

8 OpenAI, « Une étape clé pour élargir l'accès à l'IA », 31 août 2026. openai.com

11 Meta, « Introducing Muse: The World's First Personal AI Agent Built for Everyone », septembre 2026. about.fb.com

14 Suno, page des tarifs, consultée le 19 octobre 2026. suno.com


CRÉDITS PHOTO

C1 © Andreessen Horowitz (a16z), « Only Seven Products… » (2026), image citée à des fins de critique (Code de droit économique, art. XI.189). a16z.news

G Doubles pages, graphiques et capture surlignée : SOURCE.