

OpenAI devient "Group PBC" et recompose son capital : nouveau pacte avec Microsoft et cap sur l'IPO

Abonnements avec pubs : pourquoi on se laisse séduire malgré tout ?

LEGO dévoile Smart Play, une brique intelligente qui enrichit l'expérience des joueurs

By Lodi WEB TV



100% digitale
100% Made in Morocco



OpenAI devient “Group PBC” et recompose son capital : nouveau pacte avec Microsoft et cap sur l’IPO

OpenAI officialise sa transformation en entité pleinement lucrative avant une entrée en bourse, rebaptise ses structures, revoit la répartition du capital avec Microsoft et annonce un vaste accord cloud ainsi qu’un investissement initial de 25 Md\$ dans la santé et l’IA.

OpenAI a annoncé l’achèvement de sa transition vers un modèle entièrement lucratif, étape clé avant sa future introduction en bourse, tout en dévoilant les contours d’un nouveau partenariat avec Microsoft, l’un de ses premiers soutiens, selon la BBC.

Dans ce cadre, l’entité non lucrative prend le nom de “Fondation OpenAI”, tandis que la branche commerciale devient “OpenAI Group PBC”. La Fondation OpenAI détiendra une participation évaluée à 130 milliards de dollars dans le groupe lucratif.

Nouvelle gouvernance et partage du capital avec Microsoft

Cette part représente 26% du capital d’OpenAI Group PBC.

Les employés et les membres actuels et anciens du conseil cumulent 47%, et Microsoft détient les 27% restants. Bien que la participation du géant de Redmond recule par rapport à environ 32,5% précédemment, le titre Microsoft a progressé de 1,98% après l’annonce, prolongeant l’effet positif des décisions du PDG Satya Nadella.

OpenAI souligne que cette structure aligne davantage la mission de la Fondation: plus la réussite commerciale d’OpenAI est forte, plus ses bénéfices pour la partie non lucrative augmentent.

Un pacte cloud révisé et un focus stratégique sur la santé

L’accord actualisé prévoit l’achat de services cloud Azure pour 250 milliards de dollars.

Toutefois, Microsoft ne conserve plus l’exclusivité en tant que fournisseur cloud par défaut d’OpenAI, et se réserve la possibilité d’exploiter des solutions d’IA d’autres acteurs, y compris en cas d’accès anticipé à des technologies d’IA générale (AGI) par une tierce partie.

Si OpenAI estime avoir atteint l’AGI, Microsoft codirigera, avec un comité externe, l’évaluation et la validation de ces allégations. Investisseur clé depuis 2019, Microsoft conserve un accès étendu aux produits d’OpenAI jusqu’en 2032, hors AGI et matériel.

Par ailleurs, la Fondation OpenAI a annoncé comme première décision un investissement initial de 25 milliards de dollars dans la recherche en santé et son intégration avec l’IA.

Brèves digitales



Netflix promet une sortie cinéma aux films Warner

En pleine négociation pour le rachat de Warner Bros, Netflix aurait proposé de sortir les films du studio en salles pendant 17 jours avant leur arrivée sur sa plateforme.

Cette initiative viserait à calmer les critiques du monde du cinéma, inquiet pour l'avenir des salles. La mesure concernerait surtout les États-Unis, la chronologie des médias empêchant une telle stratégie en France et en Europe.

Netflix se retrouve ainsi face à un choix stratégique délicat, alors que son projet de rachat reste soumis à l'accord des autorités de la concurrence.

Les sorties jeux vidéo qui vont marquer l'année 2026

Après une année 2025 en demi-teinte pour l'industrie du jeu vidéo, 2026 s'annonce comme un tournant très attendu.

En tête d'affiche, GTA 6 promet un véritable raz-de-marée dès sa sortie prévue en novembre, au point de bouleverser tout le calendrier.

Autour de lui, de nombreux titres majeurs comme Wolverine, Resident Evil Requiem, Professeur Layton ou encore 007 First Light suscitent une forte attente.

Une année dense se profile, mêlant grosses productions et projets plus discrets, mais ambitieux.



Des chercheurs misent sur des IA bien plus sobres en énergie

Des chercheurs allemands ont mis au point une méthode d'entraînement d'IA inspirée du fonctionnement du cerveau humain, basée sur des neurones à impulsions.

Contrairement aux réseaux classiques très énergivores, ces systèmes communiquent par impulsions brèves, réduisant fortement la consommation d'énergie. La nouveauté réside dans l'ajustement du timing des impulsions plutôt que leur intensité, rendant possible un entraînement efficace.

Cette avancée ouvre la voie à des IA génératives et d'apprentissage profond bien plus économies.

Brèves digitales



Voici pourquoi le moteur de recherche Google est voué à disparaître

La montée en puissance des IA génératives et des réseaux sociaux bouleverse profondément le modèle de Google Search et fragilise l'économie des médias en ligne.

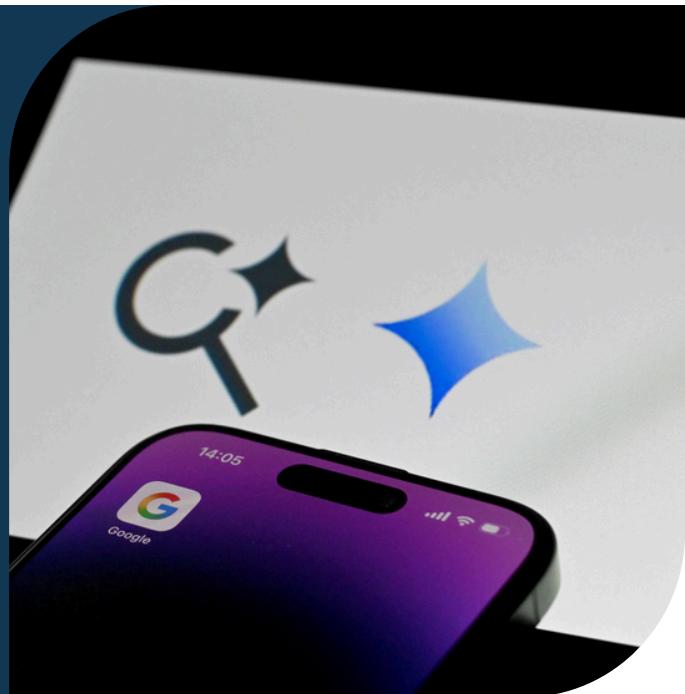
De plus en plus de recherches se font sans clic vers des sites externes, entraînant une chute du trafic et des revenus publicitaires pour les éditeurs. Les internautes privilégient désormais les réponses instantanées fournies par l'IA ou les contenus courts des plateformes sociales. Si Google reste solide financièrement et mise sur son IA Gemini, le moteur de recherche traditionnel est appelé à s'effacer progressivement.

Les dérives d'AI Overviews inquiètent en santé

Une enquête du Guardian révèle que la fonction AI Overviews de Google peut fournir des informations médicales inexactes et potentiellement dangereuses.

Des erreurs ont été relevées sur des sujets sensibles comme le cancer, les tests de dépistage ou les analyses hépatiques, pouvant inciter certains patients à adopter de mauvais comportements ou à retarder une prise en charge.

Des associations et experts alertent sur les risques pour la santé publique, notamment en raison de réponses variables selon les recherches.



SoftBank renforce son pari sur OpenAI

Le groupe japonais SoftBank a finalisé un investissement massif de 41 milliards de dollars dans OpenAI, portant sa participation à environ 11 %. Ce nouvel engagement confirme le virage stratégique de Masayoshi Son vers l'intelligence artificielle, après des années de volatilité dans son portefeuille technologique.

SoftBank s'aligne sur la vision d'OpenAI autour de l'IA générale et s'associe aussi au projet Stargate, dédié aux infrastructures IA aux États-Unis. Le conglérat multiplie ainsi les acquisitions et investissements pour s'imposer comme un acteur clé de l'écosystème mondial de l'IA.

Abonnements avec pubs : pourquoi on se laisse séduire malgré tout ?

Vous pensiez que le streaming allait nous sauver de la tyrannie publicitaire ?
Détrompez-vous.

Netflix et Disney+ ont remis les pubs au centre de l'écran, et étonnamment, ça cartonne.
Aux États-Unis, plus de la moitié des nouveaux abonnés Netflix ont choisi la formule avec publicité en 2025, et chez Disney+, ce sont tous les nouveaux venus qui sont passés à la caisse version pub.



Paradoxe ? Peut-être. Mais on vous explique pourquoi ce chaos attire autant.

L'attrait irrésistible du prix

La réponse tient en un mot : économie. Avec l'inflation des abonnements (+12 % en 2025, quatrième hausse consécutive à deux chiffres !), le porte-monnaie a parlé. Disney+ avec pub : 12 dollars par mois. Sans pub : 19 dollars.

Soit 84 dollars d'économies annuelles.

Dans un contexte où chaque dirham compte, il n'est pas étonnant que les consommateurs choisissent de tolérer quelques interruptions publicitaires pour sauver quelques billets.

Et puis, avouons-le, qui peut résister à l'idée de payer moins pour la même série qu'on adore bingewatcher ?

Le prix du chaos : pubs trop fortes, absurdes et répétitives

Mais attention, « c'est l'enfer » pour les oreilles et les yeux. Entre pubs tonitruantes, écrans noirs, contenus hors sujet ou dans une autre langue, l'expérience peut rapidement friser le cauchemar.

La Californie est même intervenue pour limiter le volume des pubs, histoire que bébé puisse continuer sa sieste sans se faire réveiller par une réclame de matelas.

Sans compter le ciblage parfois douteux : célibataires ciblés pour des couches-culottes, végétariens bombardés de pubs pour steaks...

La technologie n'a pas encore trouvé le juste milieu.

Quand le chaos devient business

Et pourtant, ça rapporte ! Les abonnements publicitaires génèrent plus de revenus par utilisateur que les formules premium.

Netflix et Disney+ multiplient les événements en direct et les pubs interactives, transformant chaque minute passée sur la plateforme en argent.

Les séries, le catch ou les matchs de NFL deviennent des fenêtres publicitaires premium. Ironique, non ? Le streaming qui devait libérer des pubs... finit par les réinventer et les monétiser mieux que jamais.

Alors, faut-il céder à l'appel du prix ou rester fidèle à la version sans pub ?

La tendance est claire : même avec quelques irritations, le portefeuille prime.

Et qui sait ? Peut-être que la prochaine série que vous binge-watcherez sera interrompue par une pub pour... le produit que vous venez justement d'acheter. Bienvenue dans l'ère du streaming 2.0, où le chaos a un prix, et le prix est irrésistible.

Nouveauté de la semaine

NEW
NEW
NEW
NEW

DIGITAL

LEGO dévoile Smart Play, une brique intelligente qui enrichit l'expérience des joueurs



Au cœur du système, une Smart Brick au format 2×4 intègre intelligence artificielle, capteurs, audio et batterie, et communique avec figurines et tags via BrickNet, rendant les constructions sensibles aux gestes et au contexte.

Il y a des phrases que l'on ne s'attend jamais à prononcer un jour. « Je ne pensais pas que mes petits-enfants joueraient au LEGO comme ma génération. »

Et pourtant, en ce début de vingt-et-unième siècle bien avancé, cette surprise prend la forme très concrète d'une brique. Une brique familière, presque rassurante. Mais une brique qui s'illumine, qui réagit, qui émet des sons. Sans écran. Sans application. Sans trahir l'esprit du jeu.

Au CES 2026, LEGO a dévoilé Smart Play, une évolution technologique aussi ambitieuse que discrète. Loin des gadgets tape-à-l'œil, la marque danoise poursuit une obsession ancienne : préserver le jeu libre tout en l'enrichissant. Smart Play ne remplace pas l'imagination, il l'accompagne.

Il ne détourne pas l'enfant de ses briques ; il les rend plus expressives.

L'idée, sur le papier, paraît simple. Intégrer des sons, des lumières et des réactions contextuelles directement dans les constructions. Dans les faits, l'exercice relève de l'équilibrisme.

Plus de détails en cliquant sur l'image

LODJ



By Lodj LE KIOSQUE 2.0 DE L'ODJ MÉDIA

Pressplus est le kiosque 100 % digital & augmenté de L'ODJ Média, groupe de presse Arrissala SA
magazines, hebdomadaires & quotidiens...

