

Avec son appli Meta AI, le groupe de Mark Zuckerberg rejoint la bataille des robots conversationnels

Par [Keren Lentschner](#)

Publié le 10 mars à 16h58, mis à jour le 10 mars à 16h58

Meta devrait bientôt sortir son application autonome, prête à rivaliser avec ChatGPT, Gemini ou Le Chat. Avec un objectif: devenir numéro un mondial de l'IA grand public.

À son tour, Meta se lance dans la course aux assistants conversationnels. La maison mère de Facebook, Instagram et WhatsApp devrait, selon plusieurs médias américains, lancer au deuxième trimestre 2025 une application autonome pour [son propre chatbot d'intelligence artificielle, Meta AI](#). Le groupe viendra ainsi concurrencer frontalement l'application ChatGPT, pionnier et numéro un du marché, qui a franchi le mois dernier la barre des 400 millions d'utilisateurs hebdomadaires.

Ce lancement est une étape majeure dans la stratégie de Meta, qui entend bien s'imposer comme le leader mondial des chatbots intelligents d'ici à la fin de l'année. Mark Zuckerberg s'est, en effet, fixé l'objectif de toucher 1 milliard de personnes en 2025 avec Meta AI, [contre près de 700 millions aujourd'hui](#). « *Une fois qu'un service atteint cette échelle, il acquiert généralement une avance durable* », avait-il précisé, fin janvier, lors de la présentation de ses résultats annuels. Le patron de Meta avait alors dévoilé [un investissement de 60 à 65 milliards de dollars pour la seule année 2025](#), destiné essentiellement à la création de centres de données et d'infrastructures. « *Je n'arrête pas de répéter à mes équipes que (l'année 2025) va être intense* », avait-il plaisanté.

Pour y parvenir, le PDG de Meta a donc décidé de changer de braquet. Jusque-là, il pariait sur l'intégration de son assistant Meta AI, lancé en septembre 2023, à l'ensemble de ses services (Facebook, WhatsApp, Instagram...) pour avancer ses pions. Son assistant permet ainsi de générer des réponses ou des images au sein des discussions, et répond aux questions des internautes. Depuis avril 2024, le groupe a également remplacé la fonction de recherche sur ses plateformes par Meta AI.

Le recours à l'assistant « *croît le plus vite sur WhatsApp*, indiquait fin janvier Susan Li, la directrice financière de l'entreprise. *Les utilisateurs s'en servent pour trouver des informations et du soutien émotionnel*. » Meta AI, alimenté par le modèle de langage maison Llama, est aussi accessible via un site internet dédié mais dont la fréquentation reste limitée (10 millions d'utilisateurs mensuels). On le retrouve aussi [dans les lunettes connectées Ray-Ban Meta](#), développées avec EssilorLuxottica. Seule exception, l'Europe, où Meta AI n'est toujours pas

disponible. [Une décision de Meta liée à la réglementation européenne](#), qu'il juge trop contraignante.

L'enjeu de la publicité

Pour aller plus vite et rattraper ses rivaux, Meta a décidé de se jeter dans le grand bain des applis. Comme l'ont fait récemment plusieurs de ses concurrents, comme Gemini (Google), [Grok \(xAI\)](#) ou [Le Chat \(Mistral\)](#). Il prévoirait aussi de lancer une version payante de son chatbot, comme la plupart de ses rivaux qui ont également commercialisé une version « premium ». Il existe « *des opportunités de monétisation assez claires à terme, y compris des recommandations payantes et une offre premium* », avait indiqué Susan Li fin janvier.

Meta a une vraie carte à jouer en matière d'expérience utilisateur

Robert Vesoul, du cabinet IA Illuin Technology

Car l'enjeu pour Meta est de ne pas se faire voler une part du gâteau. « *Même si on est encore au début, l'accès aux marques et aux revenus publicitaires se fait désormais sous un mode conversationnel*, commente Robert Vesoul, à la tête du cabinet spécialisé en IA Illuin Technology. *Meta ne peut se passer de proposer un canal direct entre les internautes et les marques. Si tous les acteurs ne sont pas encore capables de modéliser les comportements à des fins publicitaires, Meta doit pouvoir fournir aux marques des indicateurs de mesure.* » « *Avec une appli grand public, Meta sera ainsi au plus près des nouveaux usages, en mesure de voir sur quels produits et marques les internautes posent des questions, combien de temps ils y consacrent* », ajoute Chadi Hantouche, spécialiste de la tech au sein du cabinet Wavestone.

Ce lancement n'est pas complètement une surprise. Lors de la présentation des résultats annuels de Meta, un utilisateur de Threads avait déclaré qu'il serait judicieux, selon lui, pour Meta de sortir une application dédiée à Meta AI. Ce post avait été approuvé par un emoji de Mark Zuckerberg. Mais pas de quoi inquiéter son grand rival, Sam Altman. « *OK, compris, nous lancerons peut-être un réseau social* », avait commenté sur un ton sarcastique le patron d'OpenAI sur X.

[S'il arrive avec un train de retard](#), le groupe de Mark Zuckerberg joue gros. « *La concurrence est déjà tellement rude sur ce segment qu'il est indispensable pour Meta d'avoir une appli pour se positionner face au grand public et d'imposer son modèle comme une référence. D'autant qu'il y aura bientôt de l'IA partout dans notre quotidien*, analyse Chadi Hantouche. *L'appli est un outil de soft power.* »

Mais il lui faudra se distinguer face à la pléthore de chatbots désormais disponibles, de Copilot (Microsoft) à Claude (Anthropic) en passant par [Perplexity](#) ou par le chinois [DeepSeek](#). « *Compte tenu du caractère social de ses plateformes, Meta a une vraie carte à jouer en matière d'expérience utilisateur*, estime Robert

Vesoul. *Son chatbot fera sans doute le lien vers ses réseaux sociaux, permettant aux internautes de partager leurs recherches ou leurs recommandations sans quitter l'écosystème Meta.* » La guerre des assistants conversationnels ne fait que commencer.