

Agacés par YouTube, NBC et News.Corp lancent Hulu

Derrière ce curieux nom au léger parfum de colle universelle, se cache en réalité un nouveau réseau communautaire qui s'inspire fortement du fameux YouTube, filiale de Google.

Le troisième réseau TV américain National Broadcasting Company (NBC), et la compagnie créée par la très influente famille Murdoch, News.Corp (la Fox, MySpace notamment), annoncent qu'elles se sont unies pour lancer un site de partage de vidéo légal, baptisé Hulu.com.

A l'écriture de cet article, le site était accessible, mais uniquement pour s'inscrire en donnant son adresse mail et ainsi être un des premiers internautes à utiliser la version bêta privée qui sera accessible dès le mois d'octobre.

Le p-dg du nouveau groupe, Jason Kilar, explique dans les annexes du site, que ce nom qui comme souvent sur la Toile ne veut rien dire, a été sélectionné, car « *il est simple à retenir, facile à prononcer et à épeler.* » Ce qui est facile pour un américain, doit donc être ardu pour un français...

« *Hulu est un nom marrant et il correspond bien à notre concept* », poursuit Kilar. « *Notre ambition est de faire de ce site la référence pour tous les internautes qui veulent accéder rapidement et en toute légalité des vidéos.* » Comprendre : « nous allons détrôner YouTube ! »

« *Nous allons monter en puissance progressivement. Nos plus importants partenaires sont AOL, Comcast, MSN, MySpace et Yahoo!* » ajoute Kilar

Un projet en travaux depuis le mois de mars

Les deux mastodontes des médias avaient annoncé en mars leur intention d'offrir en ligne « *des milliers d'heures de vidéo haut de gamme* » gratuites, financées par la publicité.

Ils avaient alors expliqué vouloir créer « *le plus large réseau de distribution de vidéos d'Internet* » -rien que ça- « *avec des contenus fournis par une dizaine de bouquets télévisés et deux studios de cinéma, y compris des films entiers.* »

Des épisodes entiers de séries comme « *24 Heures* » ou « *Les Simpsons* » seront disponibles, ainsi que des films récents complets comme *Borat*, *Little Miss Sunshine* ou *The Bourne Identity*.

D'après les informations données par l'AFP et des sources proches du dossier, Hulu aurait déjà reçu un financement de **100 millions de dollars** du fonds spécialisé Providence Equity Partners.



Contre le piratage de films

NBC et News.Corp produisent chaque année des centaines de séries, d'émission et de films, par conséquent, ils figurent parmi les plus grandes victimes du piratage massif qui a lieu sur le Web. Et

cela a le don d'agacer Rupert Murdoch, le magnat américain d'origine australienne.

Preuve s'il en est de cet agacement, le procès intenté par le groupe Viacom, qui réclame 1 milliard de dollars de dommages à Google et a exigé de YouTube le retrait de **100.000 extraits** pirates de ses émissions. Des films ont bien été retirés, mais YouTube n'arrive toujours pas à réellement contrôler les publications des internautes, et d'autres procès s'annoncent.

Rappelons à ce sujet qu'au mois de juillet 2007 -lors d'un procès opposant Google à Viacom- l'avocat de la firme de Mountain View a déclaré que le groupe prévoyait la sortie d'un système à base de reconnaissance vidéo, devant empêcher sinon dissuader les actes de piratage de morceaux de musique. La sortie de cette technologie est programmée pour le mois de septembre prochain, alors « wait and see »...

L'autre enjeu non moins important pour News.Corp et NBC est bien entendu de capter une partie de l'audimat qui s'est largement déplacé vers le net. Selon Comscore, **75%** des internautes américains regardent des vidéos en ligne et une [étude publiée récemment par Big Blue](#) a montré que **66%** des personnes interrogées regardent la télé entre trois et quatre heures par jour, tandis que **60%** affirment qu'ils restent devant leur ordinateur connecté au Web pendant une durée similaire.

Selon TNS Media Intelligence, le marché global de la publicité a atteint 11,1 milliards d'euros d'investissement, et les montants publicitaires sur Internet ont progressé de **40,1%** à **1,2 milliard d'euros** et selon les analystes ils devraient flirter avec les 4 milliards d'euros d'ici 2010/2011. De quoi faire saliver, les deux médias américains.