

# Avec Joost les fondateurs de Skype secouent le monde cathodique

Voilà qui pourrait devenir le nouvel adage des deux trublions de l'Internet, Janus Friis et Niklas Zennström.

Ces derniers qui ont lancé Skype et Kazaa, sèment désormais la zizanie chez les mastodontes de la télévision grâce au projet « Venice » rebaptisé Joost. Et si les irréductibles n'étaient pas des Gaulois, mais des Vikings ?

C'est officiel, la nouvelle start-up de vidéo à la demande de nos deux personnages a un nom : Joost.

Ce mot, Joost n'a aucun sens, en danois comme en suédois, les deux langues maternelles de nos deux fanfarons. Alors pourquoi ce choix? Selon la porte-parole de la société « *tout bonnement parce que cela sonne bien* ». Et en matière d'instinct nos deux inventeurs de cyberconcept ne manquent pas de flair. Preuve en est le succès du logiciel de VoIP, Skype.

Derrière ce nom se cache un concept simple. Comme l'a déclaré Fredrik de Wahl, le CEO de Joost, « *nous voulons offrir aux studios, aux chaînes du câble et à tous les acteurs de la télévision un moyen de distribution sur la Toile.* »

Pour mener à bien ce projet, la société va utiliser la technologie du **peer to peer**, (P2P) permettant l'échange de fichiers. Une méthode bien connue de Friis et Zennström, puisqu'elle est déjà présente dans Kazaa et Skype.

Quoi qu'il en soit, Apple et YouTube sont aussi dans la course et leurs plates-formes VOD sont bien avancées.

Le nouveau groupe peut compter sur le soutien de National Geographic, la Warner Music et Gong une chaîne spécialisée dans les mangas.

Reste que pour l'instant, la direction de Joost n'a pas annoncé de partenariats avec des producteurs de premier plan. Sans eux, le challenge va être difficile.

Autre problème pour Joost, BitTorrent, le distributeur américain qui utilise aussi une technologie permettant de s'échanger des fichiers essaye de revendre sa solution aux éditeurs de vidéo.

L'avantage le plus sérieux de Joost sur la concurrence est que sa solution reproduit la logique de la télévision. Comme pour le bon vieux cathodique il est possible de passer d'un programme à l'autre, de mettre sur pause.

La nouveauté étant que l'utilisateur peut personnaliser son programme.

Dernier point en faveur de Joost, son arrivée sur le marché concorde avec un intérêt croissant d'Hollywood pour le Net.

Joost, dont le siège est au Luxembourg va vivre de la publicité, notamment grâce à des spots

publicitaires très proches de ceux développés pour la télévision.