

Filtrage de contenus : Opération séduction chez YouTube

YouTube filtre les contenus et le fait savoir. Google France a tenu à faire un point avec l'ensemble de la presse pour expliquer comment fonctionne l'outil d'empreintes numériques *Content Manager*.

L'application, intégrée dans la plate-forme de vidéos YouTube, sert **depuis octobre 2007** de solution de **gestion et de protection des contenus**. Traduction, un ayant-droit peut établir avec les services du site un catalogue de signatures de vidéos en ligne. Ces marqueurs servent alors de protection au cas où un internaute chercherait à mettre en ligne le même contenu, alors protégé.

Ni plus, ni moins qu'une solution de filtrage des contenus appliquée par les équipes de Google. Une **politique dans la droite ligne des attentes gouvernementales en matière de contrôle des contenus culturels protégés et des Majors**. La loi Création et Internet bientôt débattue à l'Assemblée nationale pose en effet de nouveaux jalons dans le filtrage du Web.

« Aucun de leur contenu ne peut désormais se retrouver sur le site sans leur autorisation exprès » explique Eric Tholomé, directeur R&D du géant. Il poursuit : *« Depuis son lancement, nous disposons maintenant de plus de 100.000 heures de vidéos protégées, sous empreintes »*.

Outre le filtrage logiciel, la plate-forme d'échange met également en avant les accords avec les éditeurs sur le modèle contenus contre partage de la publicité. Pour Anthony Zameczkowski, responsable des partenariats YouTube Europe : *« Avec plus de 1.000 partenaires qui diffusent du contenu sur YouTube, nous avons vocation à défendre la création sur Internet »*. Le site a donc déjà passé de [nombreux accords](#) avec des diffuseurs tels que **Sony Music**, Endemol, Europa, **Electronic Arts**, l'AFP... portant sur la protection des vidéos en ligne.

Une réussite qui masque pourtant la réalité à laquelle doit faire face la filiale du géant Google. A savoir le **nombre élevé de procédures de justice**

à son encontre par [TF1](#), l'INA, Mediaset ou encore la [Premier League](#), le championnat anglais de football pour diffusion de matchs de manière illicite.

Les filtres mis en place par YouTube ne semblent donc pas satisfaire les ayants droit. *« Nous considérons que cette technologie de filtrage de YouTube n'est pas opérante et nous avons saisi un juge pour qu'il le constate »*, expliquait en décembre François Debarnot, directeur juridique de l'INA. Et il est vrai que le service, comme ceux de ses concurrents (Dailymotion par exemple) regorge encore de contenus illicites.

YouTube tient à rappeler qu'il n'est qu'un hébergeur mais qu'il prend toutes les mesures pour **filtrer et éradiquer les contenus ne respectant les règles du droits d'auteurs**. Des promesses qui peinent encore à convaincre.