

Hulu.com à l'assaut du P2P, de iTunes, de YouTube...

Hulu.com n'est pas le site d'une célèbre colle au tube jaune mais bien le nom de la nouvelle plate-forme de VOD lancée ce lundi (pour le moment sur invitation) aux Etats-Unis par trois géants des médias.

Consternés par le piratage de leurs contenus sur le P2P et sur YouTube et agacés par la concurrence de iTunes Video d'Apple qui est le premier à profiter de la VOD aux Etats-Unis, NBC Universal et la Fox (News.Corp) ont décidé de s'unir pour concevoir ce nouveau service qui ne manque pas d'atouts. Car pour une fois, les Majors du divertissement semblent s'être mis dans le sens du vent.

Hulu.com proposera d'abord des contenus très forts et haut de gamme comme les séries 24 ou Heroes, mais aussi des films récents. Elles seront disponibles immédiatement après leurs diffusions en streaming. Mais le point essentiel est la gratuité. Tous les contenus seront visionnables (pas téléchargeables) gratuitement, le site étant financé par la publicité. Ces pubs pourront être diffusés au milieu du programme (comme à la TV) ou à travers des bandeaux transparents pendant la diffusion.

70% des revenus générés seront reversés aux éditeurs, 10% aux sites partenaires (les vidéos seront aussi diffusées sur AOL, MSN, MySpace, Comcast et Yahoo) et entre 20 et 30% à Hulu.

Les initiateurs de Hulu.com ont les moyens de leurs ambitions. La plate-forme a déjà reçu un financement de **100 millions de dollars** du fonds spécialisé Providence Equity Partners.

Avec ce modèle, Hulu se pose en alternative viable au P2P ou à YouTube. Rappelons que 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. Hulu permettra surtout à NBC Universal et la Fox de tirer parti seuls de l'essor de la VOD aux Etats-Unis. 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.

L'arrivée de Hulu.com pourrait néanmoins faire une victime : iTunes Vidéo d'Apple. Rappelons que jusqu'à aujourd'hui, la firme à la pomme était l'intermédiaire quasi incontournable dans la distribution en ligne de contenus grâce à la domination d'iTunes.

Mais les grands réseaux US veulent désormais prendre leur destin en main. Et début septembre, NBC Universal mettait fin à son contrat avec Apple. Le groupe était le premier fournisseur d'iTunes (30% des contenus). En étant privés de contenus aussi populaires que Heroes ou les Simpsons, la plate-forme d'Apple pourrait bien connaître d'importantes difficultés, au profit du tube jaune...

Pour autant, rien ne dit encore que Hulu.com va imposer son modèle. Car il possède encore quelques défauts face au peer-to-peer par exemple. Les contenus ne seront disponibles que cinq

semaines après leurs diffusions, et ne seront pas stockables. Par ailleurs, l'offre devra être étoffée avec l'arrivée des contenus d'autres grands réseaux ou Majors pour devenir une véritable alternative.

Enfin, Hulu.com devra composer avec la concurrence du très attendu Joost, la plate-forme de VOD créée par les fondateurs de Skype et de Kazaa. Ce service, basé sur le P2P, dispose également d'un catalogue de contenus forts et de services innovants.