

# Les relations entre YouTube et les éditeurs s'enveniment

L'industrie des médias est en guerre contre YouTube. Pour résoudre ce problème, le site communautaire qui appartient à Google vient de faire une proposition aux géants de l'édition.

L'offre de YouTube repose sur des outils de protection contre le piratage destinés uniquement aux sociétés qui ont des accords commerciaux avec le site.

Cette technologie, dont on ne connaît pour l'instant pas le fonctionnement, permettrait aux éditeurs d'identifier les vidéos pirates qui sont envoyées sur le site par les utilisateurs.

Une solution qui semble efficace, mais qui n'est offerte que pour les éditeurs qui négocient des accords commerciaux avec le site. Une condition *sine qua non* qui agace beaucoup d'éditeurs?

Cette annonce de YouTube contraste avec la décision prise par son plus important rival, le site de News Corp, MySpace, qui a de son côté annoncé la mise en place d'un service de protection contre le piratage, qui elle est complètement gratuite.

Pour Viacom, le groupe qui détient le réseau MTV et Comedy Central, « *la proposition de YouTube qui consiste à dire, je protège les contenus sous copyright uniquement s'il y a un accord commercial est tout simplement honteux.* »

D'autres éditeurs de contenus vont encore plus loin dénonçant un « *comportement mafieux.* »

Au début du mois, Viacom a demandé à YouTube de retirer 100.000 clips vidéo de son site après l'échec de négociations. Viacom fait désormais figure de dissident face à YouTube et veut l'empêcher de se transformer en un Apple de la vidéo en ligne.

Quoi qu'il en soit, il faut reconnaître qu'identifier les vidéos pirates ne peut pas se faire sans une collaboration avec les éditeurs.

Signalons d'ailleurs que sur les **100.000 vidéos** que Viacom souhaite voir disparaître du réseau de Youtube, entre **60** et **70** ne sont pas extraites de son catalogue.