

Viacom contre YouTube : le conflit s'envenime, à 1 milliard \$?

Cette fois, Viacom lance l'artillerie lourde. Dans son conflit qui l'oppose à YouTube, le géant américain des médias (Paramount, MTV, Comedy Central...) a décidé d'attaquer la filiale de Google en justice pour « *violation massive et intentionnelle des droits d'auteur* ». Et de réclamer la modique somme d'1 milliard de dollars au titre des dommages et intérêts. C'est la première fois que YouTube doit affronter une offensive judiciaire de cette taille.

Viacom argue que « *près de 160.000 clips non-autorisés extraits de ses émissions ont été diffusés sur YouTube* » et que ces clips ont été vus « *plus de 1,5 milliard de fois* ».

Et d'accuser Google d'avoir « *un modèle économique illégal* », fondé sur des recettes publicitaires liées à des contenus piratés.

Il explique que son attaque en justice vise à « *empêcher Google et YouTube de continuer à voler à des artistes la valeur de leur travail et obtenir des compensations pour les dommages importants qu'ils ont causés* ».

« *YouTube a construit une activité profitable en exploitant la passion des fans pour le travail créatif d'autres personnes, pour s'enrichir et enrichir sa maison-mère Google* », explique Viacom.

« *Leur modèle économique, qui est fondé sur la construction de trafic d'audience et la vente de publicités sur des contenus non-autorisés, est clairement illégal* », poursuit-il.

Le groupe est en conflit avec YouTube depuis plusieurs mois déjà. Jusqu'à présent, Viacom avait simplement demandé à la plate-forme de retirer 100.000 clips vidéos pirates extraits de ses émissions télé.

Mais les négociations n'ont pas abouti, Viacom estimant qu'il était impossible d'arriver à un accord juste pour les deux parties. « *Après maintes négociations infructueuses (...), YouTube continue d'appliquer son modèle économique illégal. Nous devons donc nous tourner vers la justice* », a-t-il ajouté.

De son côté, YouTube semble jouer la carte de la suffisance arguant du fait : « *qu'il est dommage pour MTV de se priver de l'audience de ses internautes*. »

YouTube dispose d'une audience considérable, mais la question est de savoir pendant encore combien de temps, car si les vidéos « *faites à la maison* » ont effectivement un bel avenir devant elles, se passer des mastodontes de l'édition semble irréaliste.

Malgré quelques accords croisés avec les géants du divertissement, dont Universal ou la BBC (contenus contre publicité), les Majors voient d'un mauvais oeil la plate-forme.

Qui plus est, le site accumule les déboires juridiques (outre Viacom, NewsCorop a également porté plainte contre YouTube) et n'a toujours pas de réel modèle économique à proposer.

Récemment, YouTube a tenté de trouver une solution qui repose sur des outils de protection

contre le piratage. Mais ces outils seront 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.

Mais la mise à disposition exclusive de ces outils aux partenaires de YouTube en agace plus d'un. Pour Viacom, « *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.* »

Bref, les conflits entre YouTube et les éditeurs de contenus ont encore de beaux jours devant eux. Ce qui pénalisera forcément l'essor de la plate-forme rachetée à prix d'or (1,65 milliard de dollars) par Google. Et ce procès n'est que le dernier d'une longue liste pour le géant du Web attaqué également pour son projet de bibliothèque numérique et Google News.

Autant d'éléments qui réjouiront certainement Microsoft, ennemi numéro un de Google qui déclarait il y a peu « *Des entreprises qui ne créent pas de contenus font de l'argent seulement sur le dos d'auteurs et d'éditeurs en raflant des milliards de dollars, à l'aide de recettes publicitaires ou de leur introduction en bourse.* »