

YouTube limite les revenus publicitaires aux chaînes ayant plus de 10 000 vues

YouTube, filiale de Google dédiée au monde de la vidéo web, change ses règles de monétisation. Lancé en 2007, le **YouTube Partner Program (YPP)** est révisé. La société a décidé de ne plus intégrer de publicités dans les vidéos YPP tant que la chaîne correspondante n'a pas atteint les **10 000 vues**.

Une mauvaise affaire pour les petits acteurs de la Youtubesphère. Google explique souhaiter déterminer ici la validité d'une chaîne. Et sa capacité à suivre les règles imposées dans le cadre du programme YPP. « *Nous avons commencé à voir des cas d'abus où **un contenu original est téléchargé par d'autres**, qui tentent de générer des revenus* », [constate Ariel Bardin](#), vice-président Product Management, YouTube.

Empêcher les copieurs de générer des revenus

Les créateurs de contenu peuvent signaler des chaînes copiant leurs vidéos. Lesquelles sont alors effacées. **Des centaines de milliers** de chaînes violant les règles du site ont ainsi été éliminées. Malheureusement, le temps que YouTube réagisse, le mal est fait, l'auteur de la copie ayant réussi à générer des revenus. Entretenant ainsi le phénomène.

Avec cette limite fixée à 10 000 vues, la société coupe l'herbe sous le pied des serial copieurs, dont les revenus vont descendre en flèche. Et tant pis pour les petits créateurs.

À lire aussi :

[Area 120 surfe sur le succès de YouTube pour proposer des vidéos en mode social](#)

[Netflix et YouTube règnent en maître sur le trafic haut débit fixe](#)

[1 milliard d'heures de vidéos vues chaque jour sur YouTube](#)