

Les deux groupes de médias créent une société commune pour proposer la diffusion de leurs contenus vidéo sur les portails internet. La plupart seront gratuits, financés par la publicité. Yahoo, AOL et MSN sont déjà partenaires.

La riposte anti-YouTube s'organise: NBC Universal et News Corp s'allient aux portails internet Yahoo, MSN et AOL pour diffuser leurs vidéos en ligne. Une plate-forme de diffusion verra le jour outre-Atlantique au début de l'été 2007. Elle diffusera des programmes télévisés, des vidéo-clips et des films distribués par les filiales des deux groupes de média.

La plupart de ces contenus seront disponibles gratuitement en streaming (diffusion en direct); certains films pourront être téléchargés et conservés contre paiement. Les internautes seront également en mesure de mettre en ligne leurs propres vidéos. Selon le modèle envisagé, la plate-forme sera financée par la publicité qui apparaîtra sur les portails. Cisco Systems, Intel ou encore General Motors ont déjà donné leur accord en tant qu'annonceurs.

NBC Universal et News Corp n'ont pas encore été en mesure de dire si les vidéos elles-mêmes embarqueront des publicités. Les deux groupes vont former une société commune pour rassembler leurs contenus et les fournir ensuite à leurs portails partenaires. Les revenus publicitaires seront partagés entre chaque partie.

Malgré les apparences, le service ne «sera pas une arme anti-YouTube», s'est défendu Peter Chernin, le directeur exécutif de News Corp lors d'une conférence téléphonique. «Nous avons toujours dit que nous croyions en la nécessité et en la puissance d'une distribution [sur de nombreux supports]. En fait nous parlons avec tout le monde, pourvu qu'ils acceptent nos conditions économiques et en terme de protection du copyright.»

Les portails se concurrencent sur la forme :

Peter Chernin a d'ailleurs contacté Eric Schmidt, le patron de Google (propriétaire de YouTube), pour lui proposer de se joindre à l'initiative. Sans révéler le sens de la réponse. YouTube, de son côté, n'a pas souhaité faire de commentaires. La plate-forme s'est contentée de rappeler qu'elle a déjà passé des accords avec NBC ou encore Fox, une des filiales de News Corp, pour la diffusion de leurs contenus. «Nous espérons qu'ils continueront à en faire la promotion [sur YouTube]», a signalé une porte-parole.

Actuellement la société est poursuivi par un autre géant des médias, le groupe Viacom, qui lui réclame un milliard de dollars de dommages et intérêts pour violation de copyright. Reste une question cruciale à régler: comment les portails partenaires vont-ils se différencier s'ils

proposent tous les mêmes contenus? «Nous nous ferons concurrence sur l'expérience utilisateur», répond Adam Sohn, directeur de l'unité services en ligne de Microsoft. «Comment fonctionne le lecteur vidéo sur chaque site? Est-il plus facile de trouver des vidéos sur l'un des sites?»...

La façon d'intégrer des contenus au sein de chaque portail sera selon lui essentielle.

Source : ZDNet.fr