

YouTube s'attaque au marché de la télé

INTERNET Le géant du web va rivaliser avec les chaînes à péage

YouTube a annoncé mardi le lancement prochain aux Etats-Unis d'un service de télévision en streaming rivalisant directement avec l'offre traditionnelle des chaînes du câble ou à péage. YouTube TV ciblera les jeunes générations de spectateurs dépourvues de poste de télévision, qui préfèrent regarder les infos, les films ou les séries sur le Net.

Dans un premier temps, le service sera limité au territoire des Etats-Unis. YouTube TV s'adressera à ceux « *qui veulent regarder ce qu'ils veulent, quand ils le veulent, de la manière dont ils veulent et sans engagement* », a précisé Susan Wojcicki, lors de la conférence de presse diffusée en streaming.

Ses utilisateurs pourront notamment profiter sur les appareils connectés (tablettes, téléphones...) des principales chaînes américaines généralistes (ABC, CBS, Fox, NBC...), ainsi que des chaînes de sports et d'autres programmes de divertissement.

Extension au reste du monde en cas de succès

L'abonnement à YouTube TV, dont le lancement est imminent, coûtera 35 dollars par mois. Le compte sera ouvert à six utilisateurs différents et viendra concurrencer les bouquets des câblo-opérateurs. Le système offert par YouTube permet également d'enregistrer des émissions pour les visionner ultérieurement. Si le succès espéré est au rendez-vous, le service devrait être étendu à d'autres pays.

Mais le succès de l'opération dépendra largement de la volonté de Google, qui possède YouTube, de le développer.

« Au final, je pense que cela se résumera à la capacité de Google de maintenir son attention sur ce projet, ce qui est important car on a parfois l'impression que Google est capable d'autant de concentration qu'un enfant de quatre ans en plein caprice », a estimé Rob Enderle de Enderle Group, un think tank de futurologues.

Un autre écueil est celui des

droits d'auteur et de la protection des droits des programmes qui seront diffusés pour éviter leur piratage mais YouTube a déjà mis au point une technique qui permet d'identifier tout téléchargement illicite.

Le but des programmeurs est actuellement de sortir du modèle traditionnel de l'abonnement à un nombre important de chaînes à partir d'une « box » pour s'orienter vers la diffusion en continu de programmes choisis par le téléspectateur et diffusés sur le support de son choix. Mais les câblo-opérateurs traditionnels résistent en concluant des accords d'exclusivité avec les diffuseurs.

Un autre modèle de diffusion en devenir est celui que développe actuellement le géant des télécommunications AT&T qui entend fusionner avec Time Warner (HBO, CNN et studios Warner Bros) mais cette opération doit encore recevoir l'accord des autorités de la concurrence. ■

(afp)