

YouTube, cancre de la vidéo en ligne

INTERNET Le site n'assume pas la responsabilité des contenus qu'il héberge

- ▶ La Commission européenne veut contraindre YouTube à supprimer les contenus illégaux.
- ▶ De plus en plus d'artistes et de producteurs se plaignent du peu de rémunération que leur redistribue YouTube.
- ▶ La question qui se pose : YouTube est-il un hébergeur de contenus ou un éditeur ?

YouTube, c'est un véritable scandale, ça ne paie vraiment rien du tout. » La phrase est lancée par le patron du label [PIAS], Kenny Gates, mais elle est partagée par... tout le monde. Acteurs du cinéma ou de la musique, même les fameux Youtubeurs commencent à se plaindre et à désertir la maison mère. Comment expliquer cette fronde massive ? Et comment expliquer que YouTube, troisième site web le plus utilisé du monde, première plateforme de vidéo en ligne et de streaming musical avec plus d'un milliard d'utilisateurs, soit si peu généreux avec les fournisseurs de contenus ?

Cette question s'ajoute à une autre qui lui est liée : celle de la déresponsabilisation du site quant aux contenus qu'il propose. Vidéos piratées qui agacent les producteurs et artistes, mais aussi vidéos à caractère politique appelant à la haine, tels les films de propagande du prétendu groupe État islamique.

Sous le feu des critiques, YouTube se défend : « *Nous ne sommes qu'un hébergeur de contenus.* » Résumons et développons.

Les problèmes

Mauvais payeur Combien ? 0,80 euro les mille vues. Comparé à Spotify, déjà pointé du doigt par l'industrie musicale

pour son faible taux de rémunération, c'est... une misère. Le site de streaming suédois offre en effet 5 euros pour mille écoutes. Comment expliquer une redistribution si faible pour un géant du net qui appartient par ailleurs au plus grand des géants, à savoir Google ? Son modèle économique est uniquement basé sur la publicité (celle qui *pop up* avant le lancement de la vidéo, le placement de produits, etc.). Résultat : dix ans après son lancement, YouTube n'est toujours pas bénéficiaire, mais tout juste à l'équilibre.

Anthony Consiglio, de la boîte de management d'artistes Back In The Dayz, résume : « *Spotify, c'est moins rentable qu'une vente*

de disque physique. Mais la vue YouTube, elle nous tue. Même avec Vevo (chaîne créée par YouTube avec deux majors du disque pour rassembler les annonceurs et donc offrir une vue plus rémunératrice - NDLR), ça ne va pas du tout ! Tu ne peux pas être moins rémunérateur qu'un Spotify. » Résultat, la fronde s'organise, les artistes commencent à se passer de la fenêtre YouTube. Même les Youtubeurs qui ont réussi à en faire un métier (grâce à des placements de marque, partenariats, etc.) se mettent à regarder vers la concurrence comme Vessel ou... Facebook.

Aucune responsabilité On trouve de tout sur YouTube, qui invite tout un chacun à poster sa vidéo, son film personnel, ses états d'âme (c'est de cette manière que le site ratisse un public si large). On trouve surtout des vidéos non officielles, piratées... et nauséabondes. Ce qui oblige, a) les producteurs et distributeurs « officiels » à demander les services de sociétés traqueuses de liens illégaux pour les supprimer - à leur charge et b) les autorités (publiques et privées) à mettre la pression sur

le site pour qu'il supprime lui-même les contenus illégaux et haineux de type Daesh. Jusqu'ici, la réponse de YouTube a été de s'en laver les mains : « *Nous sommes un hébergeur de contenus, pas un média* », comprenez YouTube n'est pas responsable des vidéos disponibles sur son portail. Cet état de fait a été à plusieurs reprises confirmé par des instances judiciaires.

Les solutions

Comment remédier aux problèmes énoncés plus haut ? Plusieurs types de solutions sont avancés, par YouTube même et par les autorités politiques.

Volet payant et attirer la pub

Pour répondre à la question de la rémunération, YouTube a lancé YouTube Red, une chaîne payante et sans publicité disponible (uniquement aux États-Unis, en Australie et Nouvelle-Zélande pour l'instant) pour 10 dollars par mois. Une sorte de concurrent à Netflix, en somme. Sauf que la chose ne prend pas. Sans aucun chiffre communiqué, on observe que l'accès à YouTube Red est déjà en solde à 0,99 dollar pour trois mois d'essai. Mauvais signe ? Aucune arrivée en Europe n'est en tout cas annoncée.

Au niveau de la responsabilisation, YouTube, s'il se refuse toujours à traquer les vidéos illégales et appelant à la haine, a eu une autre idée : les vidéos qui ne sont pas intéressantes pour les annonceurs ne bénéficieront plus de la pub, et donc de ses revenus. Une façon de viser les vidéos de propagande haineuse de type Daesh. Mais certains crient déjà à une forme de censure quand d'autres se posent des questions sur l'efficacité du système.

Une Directive européenne sur les services médias audiovisuels (SMA) qui prône un marché numérique unique européen veut adapter les règles européennes sur les droits d'auteur au nouvel environnement numérique. Les

autorités européennes veulent ainsi responsabiliser les plateformes de vidéos en ligne quant aux contenus qu'elles diffusent. Et ainsi pousser YouTube (ainsi que Dailymotion et autres) à développer une technologie qui permette de détecter et supprimer lui-même les contenus illégaux. « *Trop coûteux et impossible à mettre en œuvre* », selon YouTube. Mais il le fait déjà pour les contenus à caractère porno et pédopornographique...

Derrière toutes ces questions s'en cache en fait une seule : celle du statut des plateformes de vidéos en lignes. Simples hébergeurs de contenus ou éditeurs, médias ?

Selon la loi, un hébergeur n'a pas de capacité d'action sur le contenu mis en ligne, il ne réalise que des opérations techniques ne mettant à disposition du public qu'un service de stockage qui ne saurait constituer des actes d'exploitation au sens du code de la propriété intellectuelle. Comme il n'exploite

les œuvres protégées de droit, il n'y a donc pas de violation des droits d'auteur. Mais en réalité, YouTube fait aussi un travail éditorial en choisissant et organisant les contenus selon la hiérarchie donnée par les algorithmes propres à la plateforme.

Et donc, comment considérer juridiquement les plateformes de vidéos en ligne ? Deux sénateurs français (Laurent Bêteil et Richard Yung) pointaient en 2014 la nécessité de créer un statut intermédiaire entre éditeur et hébergeur qui serait celui d'éditeur de service afin d'être en mesure de « *lui appliquer un régime de responsabilité intermédiaire, plus clément que celui de l'éditeur mais plus sévère que celui de l'hébergeur* ». Cela obligerait par exemple YouTube à assurer une surveillance des contenus qu'il héberge. Ce que réclame également la Commission européenne. Mais rien ne dit que cela arrive au bout. ■

DIDIER ZACHARIE

EN CHIFFRES**2,8**

Chaque jour, c'est le nombre de millions de gens qui visitent la plate-forme en Belgique, ce qui fait de YouTube le 4^e plus grand « émetteur TV » en Flandre et le 3^e en Wallonie.

**35
ou plus**

C'est l'âge moyen de 60 % des gens qui regardent YouTube.

36

C'est le nombre moyen de minutes par jour passé par les 15 à 29 ans sur YouTube. Les 30 à 39 ans y restent 22 minutes.

33

C'est le pourcentage de 15 à 29 ans qui regardent quotidiennement YouTube sur leur smartphone.

40

C'est, en pourcents, l'augmentation au niveau mondial du nombre de visiteurs qui surfent quotidiennement sur YouTube par rapport à l'année dernière.