

Après les 900 millions de dollars versés à MySpace (numéro un des sites communautaires aux Etats-Unis) pour en gérer la régie publicitaire, Google a fait impression en annonçant, le 9 octobre 2006, le rachat de YouTube pour 1,65 milliard de dollars en actions. Il s'agit de la plus grosse acquisition jamais réalisée par le géant mondial de l'Internet alors même que la *start-up* YouTube, créée en février 2005, réalise un chiffre d'affaires annuel estimé à seulement 100 millions de dollars. Toutefois, l'acquisition du troisième site communautaire aux Etats-Unis, avec 30 millions de visiteurs par mois, propulse Google à la deuxième place des groupes Internet aux Etats-Unis, avec un total de 101 millions de visiteurs (chiffres août 2006), juste derrière Yahoo! (106,7 millions de visiteurs par mois).

Cette acquisition permet certes à Google de conforter son audience et son activité de régie publicitaire, mais elle place surtout le groupe dans le trio de tête des sites communautaires où l'échange de vidéos est le plus soutenu, alors même que le service similaire de Google, *Google Video*, stagne à la septième place sur ce segment de l'audience Internet.

A l'avenir, le géant de l'Internet compte prendre des parts de marché publicitaire à la télévision, convaincu que les séries, voire les films, se regarderont autant depuis les sites d'échange de vidéos que sur les networks. Les éditeurs de contenus multiplient d'ailleurs les accords de diffusion avec les sites communautaires, acceptant le principe de la diffusion « gratuite » sur Internet moyennant un financement publicitaire. Ainsi, YouTube a déjà signé des accords avec certains majors du disque (Warner Music, Sony BMG) qui lui permettent d'offrir légalement des clips et de la musique à télécharger en échange d'un pourcentage sur les recettes publicitaires. La chaîne CBS va également rendre légalement disponible sur YouTube des extraits de ses émissions. Au final, les sites d'échange de vidéos en ligne s'imposent comme de nouveaux distributeurs de contenus audiovisuels à côté des chaînes classiques et de la [VOD](#).

Sources :

- « Google prend le site YouTube pour 1,65 milliard de dollars », Sandrine Cassini, *La Tribune*, 10 octobre 2006.
- « Avec l'acquisition de YouTube, Google devient leader de la vidéo sur Internet », Laëtitia Mailhes, *Les Echos*, 11 octobre 2006.
- « Avec YouTube, Google dépasse les 100 millions d'internautes », Claudine Mullard, *Le Monde*, 11 octobre 2006.