

## Viacom perd son procès contre YouTube

### Description

Accusé en 2007 par Viacom, propriétaire des studios Paramount et des chaînes de télévision MTV et Comedy Central, d'avoir attenté de manière massive et intentionnelle au copyright en laissant sur son site des vidéos protégées (voir le n°2-3 de *La revue européenne des médias*, printemps-été 2007), YouTube a annoncé, le 23 juin 2010, avoir gagné son procès. Alors que Viacom réclamait à YouTube et à son propriétaire depuis 2006, le groupe Google, un milliard de dollars de dommages et intérêts, le juge de district américain à la cour fédérale de New York, Louis Stanton, a considéré au contraire que YouTube n'avait pas violé les règles protégeant les hébergeurs de contenus dans la mesure où il a retiré de son site les vidéos incriminées, dès que l'information lui était transmise par Viacom. En février 2007, après que Viacom lui eut communiqué une liste de 100 000 vidéos enfreignant le droit d'auteur, YouTube avait en effet mis en place un filtre permettant de supprimer de son service les vidéos postées illicitement par ses utilisateurs. La décision du juge américain s'appuie sur le *Digital Copyright Millennium Act* de 1998 qui ne fait pas porter aux hébergeurs la responsabilité des contenus mis en ligne par les utilisateurs de leurs services, avec toutefois l'obligation de retirer ces contenus dès que les ayants droit les informent d'une infraction constatée, comme l'a fait YouTube.

Pour Viacom, ce jugement va à l'encontre de la volonté affichée par le Congrès américain de défendre les droits d'auteur, la major considérant que les dirigeants de Google savaient pertinemment que YouTube hébergeait de nombreuses vidéos protégées par les lois américaines sur le copyright. Viacom a annoncé qu'il allait faire appel du jugement. Si le jugement semble défavorable aux industries de contenus, qui conservent la charge de traquer sur Internet les vidéos pirates mises en ligne, il n'en demeure pas moins que la situation a évolué depuis 2007. En effet, les sites d'échange de vidéos, qui ont favorisé le développement de la consommation de vidéos sur Internet, sont de plus en plus les alliés des majors, quand celles-ci cherchent à « monétiser » leurs contenus en ligne, d'autant que les services gratuits, à l'instar de YouTube, s'orientent tous progressivement vers la mise en place d'offres de vidéo à la demande payantes, plus rémunératrices pour les ayants droit que le partage des recettes publicitaires.

Sources :

- « Propriété intellectuelle : YouTube l'emporte face à Viacom », *Le Monde* avec AFP, 24 juin 2010.
- « Viacom loses \$ 1bn copyright case to YouTube », Kenneth Li, *Financial Times*, June 24<sup>th</sup>, 2010.

### Categorie

1. Ailleurs
2. Repères & tendances

**date créée**

22 mars 2010

**Auteur**

alexandrejoux