

Cinq investisseurs injectent 45 millions de dollars dans Joost

Technologie

Posté par: Visiteur

Publié le : 11-05-2007 13:48:35

Cinq grands investisseurs, dont les groupes de médias CBS et Viacom et le milliardaire de Hong Kong Li Ka Shing, ont investi ensemble 45 millions de dollars dans Joost, une nouvelle plate-forme de télévision sur internet qui garantit aux chaînes de diffuser légalement leurs contenus.

Joost a été lancé en janvier par Janus Friis and Niklas Zennstrom, célèbres déjà dans l'internet pour avoir créé le service de téléchargement de musique Kazaa et le logiciel de téléphonie sur internet Skype, revendu 2,6 milliards de dollars à eBay en 2005.

En partenariat avec les groupes de télévision, Joost permet aux internautes de recevoir sur leur ordinateur des chaînes de télévision gratuitement, de manière interactive: enregistrement programmé, rediffusions, démarrage des programmes à la demande, etc. Ce service repose sur la technologie de diffusion en "peer-to-peer" (ordinateur à ordinateur).

"Nous avons soigneusement choisi ces investisseurs car ils apportent des actifs permettant à Joost d'accélérer significativement son développement", a déclaré M. Friis dans un communiqué. Outre CBS et Viacom, qui avaient déjà conclu avec Joost un accord de diffusion de contenus, se sont associés les fonds de capital-risque Sequoia Capital -- qui avait soutenu YouTube -- et Index Ventures, et la fondation de Li Ka Shing, patron du conglomérat Hutchison Whampoa.

Chacun des 5 investisseurs a reçu une part minoritaire de Joost, non précisée.

Joost se veut une sorte d'alternative légale à YouTube. Il ne diffuse que les contenus fournis par les groupes de médias partenaires, et les internautes ne peuvent pas y diffuser leurs propres clips.

Il permet aux groupes de médias, et propriétaires de droits d'auteurs de sélectionner ce qu'ils diffusent sur internet. Pour l'internaute, le contenu est gratuit, et financé par la publicité, comme la télévision classique.

Viacom renforce ainsi son partenariat avec Joost, décidé après l'échec de ses négociations sur un partage de recettes publicitaires avec YouTube, la filiale de Google. Les extraits d'émissions de Viacom (comme le "Colbert Show") ont longtemps été parmi les plus regardés sur YouTube.

Viacom a depuis décidé d'attaquer Google et Youtube en justice et leur réclame un milliard de dollars d'indemnités pour piratage.

Roelof Botha, l'un des partenaires de Sequoia, a expliqué qu'il soutenait Joost car la société apporterait une valeur ajoutée tant aux médias, qu'aux spectateurs et aux annonceurs.

"Joost permet aux détenteurs de droits d'atteindre un public de toute taille et à toute heure, aux

spectateurs de regarder ce qu'ils veulent gratuitement, et aux annonceurs de disposer d'un public précisément ciblé et de publicités à l'impact mesurables", a-t-il dit dans le communiqué.

Joost peut, selon lui, capter "une énorme opportunité de marché" sur le secteur en croissance de la vidéo sur internet.

La plate-forme a déjà démarré des publicités en test avec plusieurs grands annonceurs comme Coca-Cola, Nike, Microsoft, Procter & Gamble, Sony et Visa.

Pour utiliser Joost, il faut télécharger un logiciel gratuit, qui n'est pour l'instant disponible que sur invitation d'un autre membre. La diffusion des images est économe en bande passante grâce à la technologie de peer-to-peer, à l'instar de Kazaa et Skype.

Source : AFP