

[YouTube tente de faire évoluer son business model en proposant un abonnement payant](#)

Si aujourd'hui la plate-forme fonctionne principalement par la diffusion gratuite de vidéos financées par la publicité, les projets d'un modèle économique complémentaire basé sur l'abonnement sont récurrents depuis plusieurs années. Le projet se précise depuis le 8 avril dernier puisque YouTube a contacté les créateurs les plus connus pour les prévenir de l'imminence du lancement. Aucune date ni aucune modalité pratique n'ont été communiquées mais le site d'information « The Verge » évoque un abonnement mensuel de 10\$.

Pour ce tarif, les utilisateurs pourront profiter de vidéos sans publicités, d'un mode off-line et d'un tarif préférentiel pour les autres services payants (Kids TV, Youtube Music Key). On pourrait également retrouver des contenus spéciaux, via des partenariats signés entre la plate-forme et des chaînes de télévision ou d'information. Avec cette nouvelle offre, YouTube cible avant tout les mobinautes qui contrairement aux utilisateurs de PC ne peuvent pas toujours bloquer la publicité. Alors que la concurrence est de plus en plus importante sur le segment de la vidéo en ligne (Facebook, Vessel), YouTube cherche de nouveaux relais de croissance en proposant par exemple aux créateurs de contenus des « paywalls » sur leurs chaînes pour mieux monétiser leurs vidéos. Cependant, la répartition resterait la même que dans le modèle publicitaire : 45% des revenus issus de l'abonnement pour Google et les 55% restants partagés entre les créateurs de contenus en fonction du temps passé sur chaque chaîne et en fonction du nombre de vidéos vues. Par ailleurs, la plate-forme n'exigerait aucune exclusivité sur les vidéos. En revanche, les partenaires seraient fortement incités à accepter les nouvelles conditions, à savoir que leur production apparaisse à la fois dans l'offre payante et gratuite, sous peine de voir une partie de ces contenus basculer automatiquement en mode privé (inaccessible pour les non-abonnés) ou de perdre une part des revenus publicitaires.

Plus qu'un service complémentaire réservé à certains contenus et certains partenaires volontaires, il semble donc que le dernier projet de YouTube soit beaucoup plus ambitieux avec deux modes d'accès possible pour le public à l'ensemble des vidéos de la plate-forme. Le projet s'inscrit dans tous les cas dans la logique actuelle de monétisation directe des derniers services de Google après le lancement du streaming musical Google Play Music puis sa déclinaison vidéo YouTube Music Key (9,99\$/mois). Une plus grande diversification des revenus est donc au cœur de la stratégie même s'il reste à convaincre le milliard d'utilisateur unique de YouTube (ou au moins une partie) de payer pour profiter d'un service, qui jusqu'ici était gratuit.

Pour aller plus loin

[Here's how YouTube will ensure video partners participate in its new subscription program](#)

[YouTube's paid subscription offering takes shape – and it's almost here](#)