

Les deux sociétés viennent de signer un partenariat stratégique devant opérer à l'échelle internationale. Dans le cadre de ce partenariat, Lagardère Active va fournir à YouTube des contenus vidéo pour diffusion. Le premier volet du projet Lagardère Active-YouTube, qui devrait se mettre en place dans les mois à venir, consistera à diffuser en France des morceaux choisis du patrimoine audiovisuel (fiction, documentaire et animation):

Le projet de partenariat inclut également, à plus long terme, la diffusion à l'échelle internationale du plus beau de la fiction française contemporaine. Une démarche qui a pour objectif de promouvoir la production française de ce secteur, et s'appuiera sur une gestion dynamique des droits de distribution d'Europe Images International, la structure de distribution de programmes audiovisuels du Groupe Lagardère Active.

Les deux partenaires prévoient également la création de chaînes personnalisées permettant la diffusion de programmes TV et radio choisis du label Lagardère Active ainsi que de vidéos courtes issues de ses marques phares aux Etats-Unis, en Grande Bretagne, en France, en Espagne, en Italie, aux Pays-Bas et au Japon (sites Elle, Digital Spy, Premiere, CarandDriver...).

YouTube devrait donc diffuser, avant l'été, plus de 315 heures de programmes de catalogue (programmes longs), 24 heures/mois de programmes TV, et 7,000 vidéos courtes. Et d'ici fin 2010, le public devrait pouvoir visionner plus de 600 heures de catalogue, 40 heures/mois de programmes TV et plus de 10,000 vidéos courtes.

Un bon moyen pour Lagardère Active de « faire fructifier la richesse de [ses] catalogues » selon Didier Quillot, Président du Directoire, et, pour YouTube, d'obtenir « un contenu de haute qualité tout en établissant de nouveaux revenus pour ces créations », selon Henrique de Castro, Vice-Président Média et Plateformes de Google et YouTube monde.