

CBS s'offre, avec Last.fm, un ticket pour le web 2.0

Les sites communautaires font l'objet de toutes les convoitises. CBS, le géant américain de la télévision annonce l'acquisition de **Last.fm**, une plate-forme communautaire pour la bagatelle de 280 millions de dollars, soit 210 millions d'euros.

Le site crée en 2002 par Felix Miller, Martin Stiksel et Richard Jones, permet aux internautes de se construire un profil relatif à leurs propres goûts musicaux, de les faire partager à d'autres et de les mettre en relation. Felix Miller, cité par le Figaro, souligne la « *nouvelle opportunité* », notamment offerte aux annonceurs. « *Un tel partenariat va nous aider à innover encore plus. Notre communauté en tirera de gros bénéfices* ». Nul doute que la relation s'avérera juteuse et à double titre. Non, seulement le géant des médias s'offre l'un des fers de lance du web 2.0, mais accessoirement, il se paie un accès vers les plus de 15 millions d'utilisateurs répartis dans 200 pays. Les créateurs, très enthousiastes, ne doutent pas qu'ils créeront avec CBS, « *une nouvelle manière de consommer les médias* ».

Le rachat de CBS n'est pas un cas isolé. En décembre 2006, Google achetait Youtube. Montant (vertigineux) de la transaction : 1,65 milliards de dollars. De son côté, Rupert Murdoch, propriétaire entre autre de la chaîne américaine Fox, s'est payé Myspace pour 580 millions de dollars. Et ce jeudi, eBay annonçait le rachat de StumbleUpon pour 75 millions de dollars.