

Coca-Cola et Apple concluent un partenariat sans faux col

Coca-Cola et Apple ont annoncé aujourd'hui la conclusion d'un partenariat musical en Europe qui implique notamment des promotions

« *exceptionnelles* » au Royaume-Uni et en Allemagne, ainsi que le lancement d'un nouveau site musical Coca-Cola.

Le nouveau site web Coca-Cola.com/music appartenant à la marque de boissons, et dont la mise en ligne est prévue la semaine prochaine, se caractérisera par une intégration de la plate-forme iTunes et proposera des liens vers des titres et des informations sur de nouveaux talents.

Au Royaume-Uni, en Allemagne, en Autriche et en Suisse, les artistes sans maison de disques disposeront d'un espace où ils pourront proposer leurs titres et se faire plus largement connaître par le biais d'actualités, de podcasts européens disponibles sur iTunes et d'invitations à se produire dans les festivals européens sponsorisés par le fabricant de boissons.

Pour le lancement de ce partenariat, des concerts seront organisés dans les quatre pays phare de l'opération, avec téléchargement sur iTunes et sur l'URL de coca-cola des morceaux live et des podcasts vidéo de ces concerts.

« *Nous sommes très enthousiastes d'annoncer ce partenariat avec Apple* », a déclaré Dominique Reiniche, président de Coca-Cola European Union Group.

« *Ensemble, nous sommes en train de créer une plate-forme unique et exceptionnelle donnant la priorité aux jeunes et leur permettant de renouveler leurs expériences musicales tous les jours.* »

La première étape de cette campagne aura lieu dans le courant du mois d'août au Royaume-Uni, où 70 millions de codes seront distribués dans des packs promotionnels de Coca-Cola et de Diet Coke, à valoir sur le téléchargement gratuit de titres sur iTunes Music Store. À partir du site ww.Coca-Cola.com/music, les participants pourront accéder à iTunes et télécharger des chansons en échange de leurs codes.

Les participants saisissent le code indiqué sur l'emballage de leur pack promotionnel Coca-Cola et peuvent sélectionner n'importe lequel des trois millions de titres à 0,79 pound disponibles sur le catalogue iTunes. La promotion Coca-Cola iTunes, qui durera six semaines à partir de mi-août, pose la limite de cinq titres par personne.

En septembre, en Allemagne et pendant huit semaines, Coca-Cola offrira toutes les heures un iPod et 50 titres issus d'iTunes sur le site allemand coca-cola.de. Et à partir de cette semaine, les clients allemands pourront échanger leurs points de fidélité Coke Fridge contre des titres gratuits sur iTunes. Des promotions dans d'autres pays européens suivront dans les prochains mois.

iTunes Music Store comprend désormais une sélection de plus de **25.000 clips**, des courts métrages Pixar et plus de **3 millions de chansons** issues des principales maisons de disques et de

plus de **1.000 labels indépendants**. Le catalogue musical iTunes dépasse désormais les trois millions de titres.

200 millions de chansons vendues sur les iTunes Music Store européens

Apple a annoncé aujourd'hui que plus de 200 millions de chansons ont été achetées sur les sites iTunes Music Store européens en à peine plus de deux ans.

Lancé en juin 2004, iTunes Music Store est aujourd'hui accessible dans 17 pays européens, dont l'Autriche, la Belgique, le Danemark, l'Espagne, la Finlande, la Grèce, l'Irlande, l'Italie, le Luxembourg, la Norvège, les Pays-Bas, le Portugal, la Suède et la Suisse.

« Le nombre de chansons achetées et téléchargées sur les iTunes Music Store européens a triplé l'an dernier. De 50 millions, nous sommes passés à 200 millions », précise Eddy Cue, vice-président d'iTunes. « Nous sommes heureux de l'enthousiasme manifesté par les fans européens pour les artistes et nous les en remercions, car c'est à eux qu'iTunes doit son succès. »