

# La vente par téléchargement, un nouveau « business model » ?

« Le marché du téléchargement se développe très vite. Bien qu'inégal en Europe, il offre de **bonnes perspectives d'avenir** ». Valérie Brunhes, directrice commerciale 'consumer' Europe du Sud de Symantec, explique ainsi **le virage** que prennent certains distributeurs pour vendre des logiciels ou autres contenus numériques en ligne via téléchargement. Si on peut percevoir une évolution des mentalités vis à vis des canaux d'achat des consommateurs, il faut toutefois noter des différences selon les pays d'Europe:

« En Italie par exemple, on achète toujours en magasin, il y a un besoin fort de vente physique. A l'inverse, **les Pays-bas**, plus encore que la France, **connaissent une tendance** marquée: c'est presque 70 % des achats qui s'orientent en faveur du téléchargement » .

Cette disparité oblige certains fournisseurs à avancer à tâtons et à tenter des expériences limitées dans le temps, souvent avec des offres de divertissement.

Preuve en est, ce vendredi 19 septembre, Canal+ fait un premier pas décisif pour **décriquer les appréhensions** de l'industrie envers le téléchargement. Le film français 'Disco' sera le premier à faire l'objet d'une sortie simultanée en DVD et en téléchargement sur CanalPlay, le service vidéo en ligne de la chaîne. Cet enrichissement **de l'offre de téléchargement** répond aux tendances du marché, à l'inverse des logiques répressives obnubilées par le piratage.

De plus, certains professionnels du secteur sentent bien qu'il s'agit là d'une lame de fond. Selon la [Fédération de l'e-commerce](#) et de la vente à distance (FEVAD), **les ventes sur Internet ont augmenté de 30 %** au premier semestre 2008. Dans un contexte de ralentissement global de l'activité économique française, le [commerce sur Internet semble ne pas connaître la crise, en dépit de l'inflation](#). En chiffres, ce sont plus de **10 milliards d'euros** qui ont été générés lors des six premiers mois de l'année.

Cette logique d'ouverture a été assumée depuis 2002 par la société française Nexway. Pour son pdg, Gilles Ridet, le commerce digital est une véritable manne. « En étant partenaires des éditeurs de jeux, de logiciels ou des e-commerçants tels que la Fnac.com ou Darty, nous proposons de **nouveaux modes de consommation**. Les consommateurs sont en avance sur le marché; ils ont intégré depuis bien longtemps l'achat en ligne. **L'évolution doit maintenant venir des professionnels** » .

Un secteur florissant puisque Nexway affiche **30 millions d'euros de chiffre d'affaires** selon son président et une hausse de 100 % depuis ses 6 années d'existence. Elle a ainsi pu se développer en Europe et élargir son éventail de clients.

Cette évolution doit néanmoins subir l'épreuve du « tout public » et sortir du divertissement. Ainsi, Francis Ingrand, directeur du pôle informatique de Nexway, confirme que « la société s'appuie sur deux jambes : **les logiciels et les jeux vidéos**. Mais même en matière de jeux, on s'oriente vers des jeux accessibles à tous ou du « casual gaming ». Il s'agit donc d'une solution d'avenir » .

De nouvelles pistes restent à explorer, comme celle notamment des blogs. De **nombreux 'bloggers' vont chercher à monétiser les audiences** de leurs pages autrement que par des revenus publicitaires. De nouveaux modèles semblent donc déjà en marche...