

Lancement confirmé de 'Napster To Go'.

Révolution?

Suite à l'annonce du 25 janvier dernier (lire notre article), on attendait la confirmation... Voilà, c'est chose faite ! La troisième version de Napster, qui faisait trembler les majors, arrive. Et certains, évoquent déjà un parfum d'innovation quasi révolutionnaire qui devrait faire avancer le secteur de la musique en ligne, un marché qui subit le diktat de la firme à la pomme.

Miaou dit le chat à la grosse pomme! Le groupe a sorti ses griffes et contre-attaque avec « Napster To Go », un programme dont le principal avantage vis à vis de son concurrent est que l'abonnement permet de transporter les chansons sur un baladeur. Jusqu'alors, la musique accessible en ligne moyennant un abonnement mensuel était plutôt considérée comme louée plutôt qu'achetée. Seuls les titres payés à l'unité pouvaient par la suite être transférés sur le baladeur, et sur ce secteur le leader est de loin Apple avec son magasin Itunes, devenu phénomène de société aux Etats-Unis. Toutefois, les titres provenant du catalogue Itunes ne se lisent que sur l'Ipod. La contre attaque s'organise sur un système radicalement différent, et une idéologie dès plus démocratique. Le principe est simple moyennant 14,95 dollars par mois, les amateurs de musique numérique pourront s'approvisionner de manière illimitée dans le catalogue Napster. Et surtout jouer les chansons sur des baladeurs MP3 compatible avec la norme de lecture des fabricants Creative, Dell, Iriver, Samsung ou encore Gateway. Enfin, le P-dg Chris Gorog a annoncé dans un communiqué le lancement d'une campagne de publicité qui a coûté 30 millions de dollars. Un show grandiloquent, pour un Napster « To Be » qui s'affichera dès dimanche sur les murs des villes américaines.